

Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação – FAC

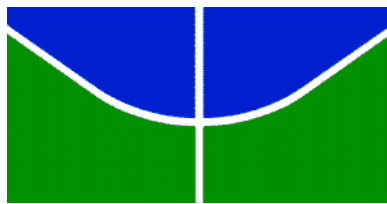
Departamento de Jornalismo

**PRODUÇÃO DO JORNALISMO CULTURAL EM RÁDIOS
PÚBLICAS: ANÁLISE DE PROGRAMAS DA EDUCADORA
FM (BA) E DA FM CULTURA (RS)**

MONIQUE SILVA RODRIGUES

Brasília, DF

2015



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação – FAC

Departamento de Jornalismo

**PRODUÇÃO DO JORNALISMO CULTURAL EM RÁDIOS
PÚBLICAS: ANÁLISE DE PROGRAMAS DA EDUCADORA
FM (BA) E DA FM CULTURA (RS)**

MONIQUE SILVA RODRIGUES

Monografia apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como requisito final para obtenção do título de Bacharela em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, sob orientação do professor Carlos Eduardo Esch.

Brasília, DF

2015

ATA DE DEFESA PÚBLICA DE PROJETOS EXPERIMENTAIS

MONOGRAFIA

Data: 23/01/2015	Local: UnB	Semestre: 2/2014
Nomes do projeto: Produção do jornalismo cultural em rádios públicas: análise de programas da Educadora FM (BA) e da FM Cultura (RS)		
Executor		
Nome: Monique Silva Rodrigues		Matrícula: 10/0049974
Professor Orientador (Presidente da Banca Examinadora): Carlos Eduardo Esch		
1º Membro da Banca Examinadora: Nelia Rodrigues del Bianco		
2º Membro da Banca Examinadora: Sérgio de Sá		
Membro Suplente: Paulo Paniago		
AVALIAÇÃO		
Item avaliado:		
Coerência		
Importância		
Seleção de métodos		
Apresentação do trabalho		
MÉDIA FINAL		
MENÇÃO		

Brasília, 23 de janeiro de 2015.

Orientador	Membro	Membro

Agradecimentos

Sempre e em primeiro lugar a Deus, criador de todas as coisas.

À minha família – pai, mãe, irmãos, avós, tios e primos – pelo apoio, incentivo e compreensão. Em especial à mamãe que, além do colo, deu uma força com as tabelas.

Ao Pedro, grande amor da minha vida e porto seguro, por tudo o que já passou, pelo hoje e pelo amanhã.

À Chiara Lubich, que deu luz ao Movimento dos Focolares, por me mostrar que o amor é a base de tudo e que é sempre possível recomeçar. Às minhas queridas Gen, ponto de apoio fundamental, que doaram tempo e ouvidos para escutar meus desabafos. Pela unidade que construímos, pela força que me passaram e pelo imenso amor recíproco. Um agradecimento particular à Gleice, pela ajuda com as transcrições das entrevistas.

Aos grandes amigos-irmãos: Danielle, Bárbara, Isabella, Saulo, Victor, Bianca, Stephanie, Carla e Rodrigo.

Às minhas espanholas preferidas Sandra e Irene e aos meus mexicanos preferidos Ivonne, Veronica, Ashley, Jhocelyne, Ricardo, Ivan, Jorge e Raul.

À Ana Caroline e à Raíssa, companheiras para todas as horas ao longo desses cinco anos de jornada.

Ao Elefacto e a tudo o que ele representa. Às pessoas maravilhosas com quem eu compartilhei dois anos e um mês dos mais importantes da minha vida: Marcella, Brenda, Benini, Felipe Malta, Izabela, Dario, Daphne, Otávio, Mirella, Max, Gabriela, Nathalia, Julia, Iasminny, Laís (em memória), Carol, Eduardo, Gabriel, Karoline, Henrique e Pedro, nos nomes dos quais agradeço a todas as outras pessoas que passaram pela Facto.

A todos os colegas de turma, pela alegria e pelo prazer da convivência nesses últimos anos. Em especial aos grandes amigos Gabi (mais uma vez), Pedro e André.

Aos meus colegas de trabalho pela compreensão da importância desse momento e pelo aprendizado diário.

Aos mestres, todos fundamentais ao longo da minha vida. À professora Gabriela de Freitas, que já no primeiro semestre colocou na minha cabeça a importância de ter muitas referências. Ao professor Pedro Russi, que me apresentou o universo da pesquisa, até então distante e desconhecido, e me mostrou que ele pode ser sim apaixonante. À professora Dione Moura pela humanidade, pelo apoio, pela disponibilidade e por mostrar aos alunos um lado sensível dos docentes, que se revelou tão essencial. À professora Célia Matsunaga, por me conquistar com as altas doses de alegria e empolgação aliadas a um enorme conhecimento no ensino do planejamento gráfico.

Ao professor Paulo Paniago, pelos quatro semestres seguidos de aprendizado constante, pelos erros e acertos, por me possibilitar descobrir uma jornalista em mim mesma. Ao professor Sérgio de Sá por dar um outro tom ao jornalismo e por resgatar o gosto por apurar e escrever. Aos professores Nélia Del Bianco e Carlos Eduardo Esch que me introduziram ao encantador universo do rádio e por todas as oportunidades que eles me deram.

Reforço o agradecimento ao professor, e também meu orientador, Cadu, pela paciência, persistência, sabedoria e tranquilidade, e por revelar seu lado psicólogo.

Aos funcionários da FAC, sempre tão atenciosos. Ao seu Isaias pelos bons dias e boas tardes. Ao Rogério, ao Edson e à Chris, em nome dos quais agradeço aos demais colaboradores da universidade.

Este trabalho e, conseqüentemente, a conclusão do curso só foram possíveis por todos vocês. Muito obrigada!

Nada do que é feito por amor é pequeno

Chiara Lubich

Que todos entendam e que os eruditos respeitem

Tobias Peucer (1696)

Resumo

Este trabalho pretende investigar a produção do jornalismo cultural em duas rádios do campo público brasileiro a partir do estudo dos programas *Multicultura* (Educadora FM/BA) e *Estação Cultura* (FM Cultura/RS). Para tanto, foi escolhido o método da análise temática, considerando a análise de conteúdo definida por Laurence Bardin. Além disso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com a equipe dos programas. A pesquisa busca elementos que possibilitem entender quais são os temas mais abordados em tais programas, de que forma a estrutura é pensada, quais são as condições de produção existentes e de que maneira colaboram com os princípios de universalidade, diversidade, independência e diferenciação, estabelecidos pela Unesco para o fortalecimento da natureza pública dessas emissoras.

Palavras chave: jornalismo cultural, radiodifusão, rádio, jornalismo público

Abstract

The present work intends to investigate cultural journalism production in two public radio stations in Brazil as from the study of the *Multicultura* (Educadora FM/BA) and *Estação Cultura* (FM Cultura/RS) programs. To that end, we chose the theme analysis method, taking into account the content analysis as defined by Laurence Bardin. Moreover, semi-structured interviews were carried out with the team of both programs. The research work herein looks for elements that help to understand which are the themes that appear more on those programs, how they are structured, what are the production conditions available and how they relate to the principles of universality, diversity, independence and differentiation as established by Unesco as to strengthen the public nature of this broadcasters.

Keywords: journalism, broadcast journalism, radio, public journalism

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	10
CAPÍTULO 1	12
Contexto do estudo	12
1.1 O princípio: Jornalismo	12
1.1.1 Jornalismo como forma de conhecimento	13
1.2 Cultura como objeto do jornalismo	15
1.2.1 Histórico	20
1.3 Rádio: um espaço para produção jornalística	25
CAPÍTULO 2	30
Jornalismo cultural radiofônico como objeto de estudo	30
2.1 Objeto	30
2.2 Objetivos.....	30
2.2.1 Objetivo geral	30
2.2.2 Objetivos específicos	31
2.3 Locus	31
2.4 Corpus.....	34
2.5 Método.....	35
2.6 Categorias de análise	35
CAPÍTULO 3	39
Os dados falam: levantamento e análise de conteúdo	39
3.1 Tema	39
3.2 Formato.....	41
3.3 Tipos de fontes	44
3.4 Linguagem e recursos sonoros	45

3.5 Recursos sonoros	47
CAPÍTULO 4.....	48
Os personagens falam: entrevistas.....	48
4.1 Estrutura de produção	49
4.2 Conteúdo dos programas	50
4.3 Público e interatividade	53
4.4 Desafios	55
CONCLUSÃO.....	58
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
APÊNDICES	65

APRESENTAÇÃO

A especialização em cultura está presente em todos os tipos de veículos de comunicação, ainda que em alguns, como jornais impressos e revistas, tenha formato e conteúdo melhor definidos. No rádio, o jornalismo cultural é uma realidade, especialmente presente nas emissoras públicas, mas tem sido, cada vez mais, reduzido a grandes listas que apresentam a agenda cultural ou aparece mesclado à programação de entretenimento. Este trabalho pretende resgatar e compreender os espaços do jornalismo cultural em um ambiente tomado por dificuldades e controvérsias.

Para realizar a análise do radiojornalismo cultural no campo público brasileiro, foram escolhidos os programas *Multicultura*, da Educadora FM da Bahia, e *Estação Cultura*, da FM Cultura do Rio Grande do Sul. A partir disso, foi feita a audição de edições referentes a um período preestabelecido, a fim de recolher material para compor a análise temática. Também foram feitas entrevistas com as equipes dos programas, com o intuito de complementar a análise, especialmente com informações de bastidores e com a visão dos produtores sobre o trabalho que realizam.

No primeiro capítulo desta pesquisa, será retomado o contexto do jornalismo, as controvérsias que envolvem a definição de cultura e a especialização jornalística cultural, a fim de entender a formação histórica e as implicações na sociedade. Também serão abordadas as características do jornalismo público: sua função, o espaço de que dispõe e as dificuldades, particularmente no que tange a radiodifusão.

A metodologia será tratada no segundo capítulo, que apresentará o processo de construção do recorte desta monografia e as definições de objeto, objetivos geral e específico, locus, corpus, método de análise temática e das entrevistas, além das categorias de análise. Por fim, os capítulos 3 e 4 darão espaço à análise propriamente dita. Respectivamente, dialogarão com os dados obtidos nas audições e com informações coletadas nas entrevistas feitas com a equipe dos programas.

O interesse em tratar o tema partiu das experiências adquiridas ao longo da graduação. Desde que entrei para o curso de Jornalismo, me voltei ao estudo e à prática do jornalismo cultural. Além disso, quando estava no terceiro semestre, tive o primeiro contato com o estudo da linguagem radiofônica, que me despertou muito interesse.

Já o contato inicial com as particularidades do jornalismo público aconteceu quando me tornei bolsista de iniciação científica do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, vinculado ao Laboratório de Políticas de Comunicação da Pós-graduação em Comunicação da UnB. Durante o período de pesquisa, pude conhecer melhor diversas emissoras públicas brasileiras, perceber como é construída a programação e quais são as diferenças em relação à maioria das emissoras comerciais. Também pude entender algumas de suas dificuldades – especialmente em relação aos baixos recursos financeiros e à falta de conhecimento sobre quem é a audiência.

Além da afinidade com o tema, uma das questões que mais me estimulou a desenvolver a pesquisa, foi o certo ineditismo no estudo; são poucas as referências encontradas sobre jornalismo cultural no ambiente radiofônico. Portanto, este trabalho tem um papel relevante ao contribuir para o debate acerca do assunto no âmbito da pesquisa em comunicação.

CAPÍTULO 1

Contexto do estudo

O jornalismo cultural está presente em todos os tipos de veículos de comunicação, em alguns aparece em maior quantidade e com conteúdo mais bem definido, em outros acaba inserido discretamente no meio dos programas. No geral, o ramo tem mais destaque em publicações impressas, especialmente revistas especializadas e de variedades. Mas, antes de adentrar nas particularidades da especialização em cultura, é fundamental enxergar o jornalismo a partir de uma leitura geral e compreender de que forma se insere na sociedade.

1.1 O princípio: Jornalismo

O jornalismo está submetido aos princípios de formar, informar e entreter. Ao buscar um entendimento analítico sobre o ofício, Luiz Costa Pereira Júnior aponta, na introdução de *A Apuração da Notícia*, o jornalismo como uma disciplina da verificação, que tem o resgate social e humano como elemento fundamental. A prática se expressa como leitor e intérprete do mundo, faz uma seleção dos fatos e busca organizar o que há de relevante.

Em termos mais objetivos, o jornalismo tem como missão “acrescentar dados para a reflexão, pautar discussões, levantar assuntos polêmicos ou obscuros, denunciar os descabimentos” (Jorge, 2008, p. 27). Presta serviço à sociedade, assegura a transparência das instituições e processos de interesse comum, serve como ferramenta para que a comunidade conheça seus direitos e o universo ao seu redor.

Consciente dessa missão, o jornalista faz uma leitura sobre os fatos da realidade e os expõe. O processo que envolve o fazer jornalístico pode ser composto por várias ações, entre as quais: transformar informação em notícia, que envolve classificar, hierarquizar, incluir, excluir, adaptar, expor etc; traduzir, ou seja, adequar linguagens técnicas para o entendimento de todos; e criticar, de maneira a procurar problemas e apontá-los com o intuito de gerar melhorias para a população. As mídias de massa se inserem nesse contexto para dar visibilidade ao trabalho jornalístico.

Pereira Júnior (2010, p. 75) descreve, ainda, que a natureza da atividade envolve conhecer o público para o qual se escreve e, em consequência, fazer comunicação a partir desse entendimento. Também têm importância fundamental para a prática os aspectos éticos

que se referem ao respeito a essa audiência e à realidade testemunhada por ela, além, claro, da técnica – que pressupõe trabalhar com o verificável.

1.1.1 Jornalismo como forma de conhecimento

A fim de compreender os resultados gerados pela prática jornalística, é relevante entrar na discussão acerca do jornalismo como forma de conhecimento – ideia lançada, em 1940, pelo jornalista e sociólogo Robert Ezra Park no artigo *A notícia como forma de conhecimento*. Ao construir a reflexão sobre a notícia¹, Park se baseia nos conceitos de “conhecimento de” e “conhecimento acerca de”, elaborados por um de seus tutores, o psicólogo pragmatista Willian James, em 1896.

O “conhecimento de” está relacionado ao “senso comum”, ao conhecimento que se adquire no cotidiano e institui uma espécie de memória ou hábito social. Já o “conhecimento acerca de” corresponde ao racional, sistemático e analítico. A notícia se localiza entre esses dois conceitos, pois não revela os fatos adquiridos nem proporciona conhecimento sistemático; seu papel é de apenas fazer alusão a um acontecimento.

É relevante observar que nenhum dos dois conceitos reflete o real em absoluto, são formas de dizê-lo e interpretá-lo, já que os fatos sofrem a mediação da linguagem. Isabelle Anchieta, em estudo sobre o artigo de Park, explica que, “mais do que um artifício, o autor percebe a linguagem como um elemento que participa e integra a realidade, influenciando, em contrapartida, no curso dos acontecimentos” (ANCHIETA, 2007, p. 6).

De acordo com o sociólogo, o “conhecimento acerca de” é mais recorrente em três formas: Filosofia e Lógica (interesse por ideias), História (interesse por acontecimentos) e Ciências Naturais ou de classificação (interesse por coisas). Nesse contexto, a modalidade que mais se aproxima do Jornalismo é a História, já que ambas se interessam pelos acontecimentos. A singularidade de cada prática está na maneira como tratam os fatos. Park explica que a notícia

não é histórica porque, em primeiro lugar, se refere, em conjunto, a acontecimentos isolados e não procura relacioná-los nem com sequências causais nem com sequências teleológicas. A história não só descreve os acontecimentos, mas também procura colocá-los no lugar que lhes cabe sucessão histórica. (PARK, 1976, p. 174 *apud* ANCHIETA, 2007, p. 6)

¹ Ao longo do artigo, Robert Park usa o termo “notícia” como sinônimo de jornalismo, o que se justifica, em parte, pelo contexto histórico do período, em que a empresa jornalística ainda era incipiente e não havia uma distinção bem estabelecida dos gêneros jornalísticos (ANCHIETA, 2007, p. 4).

A notícia como prática singular se diferencia, portanto, na atenção dada ao acontecimento – ela busca apenas apresentá-lo e descrevê-lo, enquanto a História quer localizá-lo e interpretá-lo. Além disso, o Jornalismo se centra no presente, só recorre a tempos passados ou ao futuro quando estes estão relacionados aos fatos atuais, para dar mais riqueza às informações e para explicá-los. Sobre esse aspecto, Park observou que o interesse do público é efêmero, a partir do momento em que uma informação foi publicada e reconhecida, as pessoas deixam de ter curiosidade sobre ela e começam a se interessar por um novo episódio. O acontecimento que o público já conhece passa a integrar o campo histórico.

Ao observar as primeiras décadas do século XX, contexto no qual se inseria, o estudioso ressaltou que a fixação pelo presente foi consequência do momento de mudanças gerado pelas descobertas e avanços tecnológicos daquele período – como a descoberta da penicilina, a invenção do avião, o desenvolvimento da televisão, entre vários outros. Para Park, o mundo moderno parecia ter perdido a perspectiva histórica em razão das constantes e rápidas mudanças, o que deu mais importância ao papel do Jornalismo.

Apesar de essa reflexão ter sido feita no início do século passado, é perceptível que o processo de fixação pelo presente se estende para os dias atuais, uma vez que o mundo segue em constantes e expressivas mudanças. Sobre aquele período, Park afirmou: “Parece que a nossa é a época da notícia, e um dos acontecimentos mais importantes da civilização norte-americana foi o surgimento do repórter” (PARK, 1976, p. 185 *apud* ANCHIETA, 2007, p. 8).

A partir do entendimento de jornalismo como forma de conhecimento, é razoável afirmar que ele faz parte da sociedade, contribui para a construção dos valores e auxilia na sua ordenação e no seu funcionamento. O saber não pode ser simplesmente transmitido, ele constitui um processo de aprendizagem que envolve o reconhecimento de uma informação comunicada por uma pessoa a outra.

Em reflexão acerca do tema, o pesquisador Eduardo Meditsch entende que o jornalismo é sim uma forma de conhecimento, mas destaca que “a aprendizagem implica numa operação cognitiva, onde quem aprende tem um papel tão ativo quanto quem ensina” (MEDITSCH, 1997, p. 5). Essa ideia reforça a importância do jornalista no processo de transmissão de informações, entretanto deixa claro que ele não está só: a aprendizagem não depende apenas dele, mas também do receptor – seja leitor, ouvinte ou telespectador –, o que caracteriza a recriação do conhecimento nos atos de aprender e ensinar. Meditsch segue: “Desta forma, pode-se afirmar que o conhecimento não se transmite, antes se reproduz” (*idem*).

Portanto, a reflexão apresentada por Meditsch mostra que a aprendizagem está sujeita a diferentes interpretações. As informações recebidas por um indivíduo são processadas, classificadas e contextualizadas e podem sofrer a interferência de vários fatores, a exemplo da emoção. Com base nesse entendimento, vale destacar a observação de Robert Park de que o jornalismo está para o público da mesma forma que a percepção está para os indivíduos. Ou seja, a notícia tem a função de informar, mas também de orientar, assim como a visão que temos dos acontecimentos do dia a dia guiam nossas ações.

Considerando esse contexto, em que o jornalismo surge como forma de conhecimento a partir da curiosidade do público sobre o presente, a cultura se materializa como pauta e como área de especialização. Ela tem particularidades a serem consideradas – especialmente quando tratada no âmbito radiofônico –, como será abordado a seguir.

1.2 Cultura como objeto do jornalismo

Definir jornalismo cultural não é uma tarefa fácil, já que o próprio termo “cultura” é bastante controverso e pode ser aplicado a diferentes contextos e a questões com naturezas distintas. Cultura pode ser entendida, por exemplo, como um conjunto de valores e saberes intrínsecos a um grupo de pessoas, que gera uma identidade, ou também como práticas e costumes transmitidos por gerações e estabelecidos em um espaço geográfico determinado. Podemos nos referir à cultura de certo povo – como a “cultura brasileira” – determinada pela nacionalidade comum, mas também à cultura proveniente da herança religiosa – a exemplo da “cultura judia” –, que atravessa limites territoriais.

Além disso, como discorre o professor espanhol Mario Prades Vilar, o termo pode determinar certas expressões da sociedade, como a “cultura clássica”, que corresponde a um saber específico grego e romano localizado em determinada época da história; a “alta cultura”, geralmente relacionada às artes e literatura, que são do alcance apenas de classes ditas elevadas; ou a “cultura popular”, que agrega uma série de expressões artísticas erroneamente entendidas como opostas à erudição (VILAR, 2011, p. 5).

É importante destacar que, com o advento das indústrias culturais e com a nova relação tempo-espaço dada pela expansão das tecnologias, a cultura ganhou novo sentido na sociedade contemporânea. Partindo desse princípio, a pesquisadora Isabelle Anchieta, na tentativa de chegar a uma definição sobre o termo – e, portanto, sobre os assuntos abordados

pelo jornalismo cultural –, retoma conceito de cultura definido na Conferência Mundial sobre Políticas Culturais, realizada no México em 1982:

Conjunto dos traços distintivos – sejam materiais, espirituais, intelectuais ou afetivos – que caracterizam um determinado grupo social. Além das artes, da literatura, contempla, também, os modos de vida, os direitos fundamentais do homem, os sistemas de valores e símbolos, as tradições, as crenças e o imaginário popular. (Conferência Mundial sobre Políticas Culturais *apud* ANCHIETA In: AZZOLINO, 2009, p. 57)

Essa definição mostra que a cultura extrapola a ideia fechada de que está ligada unicamente ao erudito, a produções artísticas. Também Prades Vilar segue na linha de que todos os sentidos da cultura são importantes para a construção da informação jornalística. Ainda assim, o pesquisador destaca um conceito que, para ele, encaixa-se melhor no universo do jornalismo especializado: cultura como um conjunto de saberes adquiridos pelas pessoas a fim de conhecer melhor o mundo.

Tal ideia, descrita por Francisco Rodríguez Pastoriza no livro *Periodismo Cultural*, posiciona o foco sobre a função da cultura e não sobre o seu conteúdo propriamente dito. A partir disso, entende-se que o jornalista tem o papel de comunicar o acontecimento cultural e torná-lo acessível. “Arte, religião, literatura, humanidades em geral, podem ser vistas como formas de conhecimento do mundo por parte do homem e, portanto, como facetas da cultura que dizem respeito ao jornalista cultural” (VILAR, 2011, p. 6, tradução livre²).

Cida Golin (In: AZZOLINO, 2009, p. 28) entende que o uso corrente do termo “jornalismo cultural” pela mídia – referente às manifestações artísticas, à marca do tempo de lazer – pouco respondeu à dimensão antropológica alcançada pelo conceito de cultura durante o século XX. Ela cita a definição dada por Ulpiano Bezerra de Meneses, que versa sobre um universo mais amplo e reforça os demais conceitos apresentados até aqui:

A cultura engloba tanto aspectos materiais como não materiais e se encarna na realidade empírica da existência cotidiana: tais sentidos, ao invés de meras elucubrações mentais, são parte essencial das representações com as quais alimentamos e orientamos nossa prática (e vice-versa) e, lançando mão de suportes materiais e não materiais, procuramos produzir inteligibilidade e reelaboramos simbolicamente as estruturas materiais da organização social, legitimando-as, reforçando-as ou as contestando ou transformando. Vê-se, pois, que antes de um refinamento ou sofisticação, a cultura é uma condição de produção e reprodução da sociedade. (MENESES, 1996, p. 89 *apud* GOLIN In: AZZOLINO, 2009, p. 28)

² Trecho original: “Arte, religión, literatura, humanidades en general, pueden ser vistos como modos de conocimiento del mundo por parte del hombre y, por tanto, como facetas de la cultura que atañen al periodista cultural”.

Uma vez explicitado o contexto polissêmico do termo “cultura”, fica claro o papel do jornalismo cultural para além da cobertura de eventos e produtos (como lançamentos de CDs, livros, filmes, exposições etc). Na realização de seu trabalho, é importante que o jornalista esteja atento à análise e interpretação dos fatos culturais e de tudo que está por detrás dos mesmos, a fim de compreender o sentido das coisas, de explorar as implicações das obras e de captar expressões da sociedade. Como afirma Anchieta, “demanda-se, para isso, uma postura mais reflexiva, democrática e menos preconceituosa” (In: AZZOLINO, 2009, p. 57), o que quer dizer deixar de lado a ideia de que o erudito não pode ser apresentado a todos e de que o popular não tem valor artístico.

A autora destaca, ainda, que a singularidade do jornalismo cultural está baseada em dois aspectos: democratização do conhecimento e caráter reflexivo. Em relação ao primeiro tópico, existe uma necessidade de tornar os saberes acessíveis a todos de maneira irrestrita e o jornalismo cultural se apresenta com esse papel social. A atividade é, também, caracterizada pela capacidade de análise crítica; enquanto outras editorias apenas dão luz, noticiam os acontecimentos da sociedade, compete à especialização em cultura fazer uma reflexão acerca deles.

A partir da contextualização da prática como democrática e reflexiva, Anchieta define três eixos temáticos com os quais o jornalista cultural se depara atualmente. São eles: abordagem de temas clássicos – como política e economia, entre outros – por meio de um olhar cultural e reflexivo; inclusão de novas temáticas, que ganham status cultural (objetos, design); moda, comportamento, culinária e os diversos objetos da indústria cultural, que devem ser tratados sem preconceito e com objetividade (In: AZZOLINO, 2009, p. 55).

Como contribuição a esse debate a respeito da especialização em cultura, é interessante destacar que Piza defende que “o jornalismo é, ele mesmo, personagem importante dessa ‘era de reprodutibilidade técnica’, como dizia o pensador Walter Benjamin” (2011, p. 44), o que demonstra o cenário de mudanças pelo qual também a prática passa. Vale ressaltar que Benjamin – o mais aberto dos filósofos da Escola de Frankfurt³, por se revelar um pouco otimista em relação à indústria cultural – colaborou bastante para tais discussões

³ Fundado em 1923, o Institut für Sozialforschung era um importante centro de estudos alemão conhecido pelo grupo de investigadores que o frequentava. Os intelectuais desenvolveram ali a teoria crítica, que representou uma contracorrente à maioria da *communication research*. Em 1950, passado o conturbado período do nazismo, quando o instituto teve que ser fechado, os estudiosos retomaram suas atividades “prossequindo na atitude teórica que o tinha distinguido desde o início e que motivara a sua originalidade, isto é, na tentativa de fundir o comportamento crítico nos confrontos com a ciência e a cultura com a proposta política de uma reorganização racional da sociedade, de modo a superar a crise da razão” (WOLF, 2009, p.82).

mostrando que a sociedade está carregada de valores simbólicos em todas as suas expressões culturais.

O pensador entendia que, em parte, a arte havia perdido sua “aura”⁴, sua autenticidade e tradição, com as indústrias culturais. Para ele, a obra de arte, em geral, deixava de ter o caráter único, passando a ser reproduzido em série, e, dessa forma, tornava-se apenas produto para consumo, sem capacidade de gerar reflexão. Ainda assim, ele considerava o poder de reprodução de conteúdos pelos meios de comunicação de massa algo positivo, no sentido de facilitar a apropriação da cultura pela comunidade.

Observando tais reflexões, entendemos que essa visão sobre a perda da “aura” é limitada, uma vez que muitos produtos culturais de massa têm qualidade, são tão densos, carregados de símbolos e significados, e produzidos por meio de técnica apurada, como em outras civilizações e tempos. Além disso, a indústria cultural não está tão dependente das variações do poder econômico, uma prova é que tem se tornado cada vez mais segmentada e variada, e obras duradouras têm ganhado mais destaque.

Exemplo disso pode ser encontrado com uma observação rápida a respeito da bossa nova e de seus produtos. Amplamente reproduzido no mundo inteiro e apropriado das formas mais diversificadas desde o seu surgimento, no final da década de 1950, o gênero conquistou um lugar especial na história da música brasileira e também internacional. Até os dias de hoje, mantém a autenticidade, o valor artístico e intelectual, reconhecido tanto por leigos como por estudiosos da área.

Daniel Piza complementa a discussão sobre a prática na atualidade com uma crítica à atuação do jornalista de cultura. Ele considera que o profissional não tem sido bem sucedido no cumprimento da função de observar o mercado cultural, avaliar seus produtos e tendências. Segundo o autor, várias questões têm levado a essa falha, como a dificuldade de avaliar uma produção em razão dos diversos critérios que a envolvem.

O jornalismo, que faz parte dessa história de ampliação do acesso a produtos culturais, desprovidos de utilidade prática imediata, precisa saber observar esse mercado sem preconceitos ideológicos, sem parcialidade política. Por outro lado, como a função jornalística é selecionar aquilo que reporta (editar, hierarquizar, comentar, analisar), influir sobre os critérios de escolha dos leitores, fornecer elementos e argumentos para sua opinião, a imprensa cultural tem o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses, e o dever de olhar para as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe. (PIZA, 2011, p. 45)

⁴ Benjamin caracteriza o conceito de aura pela autenticidade, que envolve os elementos temporais e espaciais da obra de arte e permite reconhecer sua essência, e pela unicidade, que atesta o caráter tradicional da obra, fundamentado na sacralização e no ritualístico e confere, portanto, um valor único. Nesse sentido, a produção da cultura seria uma atividade para poucos.

Entre os pontos problemáticos destacados pelo autor está a polarização que se dá na ainda existente dualidade entre elitismo e populismo, também entre os cadernos culturais de variedades e especializados, e na dicotomia entre a divulgação de produtos nacionais e internacionais. É fundamental reconhecer que essas questões existem e discuti-las a fim de produzir uma análise crítica sobre os produtos jornalísticos, identificar problemas e abordagens que podem melhorar.

Sobre o primeiro aspecto, percebe-se que muitas pessoas pobres, por exemplo, ainda têm medo das obras artísticas, associam-nas a atividades intelectuais, complicadas e intangíveis. O que não se observa, é que essa ideia é oposta à democratização da cultura, tão pregada atualmente por estudiosos e, até mesmo, por pessoas do meio artístico. Outro ponto é que tal concepção se mostra incoerente com o contexto histórico em que foram revelados muitos artistas excepcionais de origem humilde, como o aclamado Pixinguinha. Aqui o jornalista precisa assumir seu papel na tradução das linguagens artísticas e levá-las a todos, fato que esbarra na próxima questão: a forma de tratar as pautas.

Essa diferença na escolha e no tratamento dos temas entre os cadernos de variedades, normalmente presentes nos jornais diários, e as publicações especializadas, acaba por destacar o popular em uns e o universo fechado da erudição em outros. O erro está em acreditar que o pop não exija conhecimentos mais aprofundados e que o conteúdo especializado não tenha apelo instantâneo. “Jornalismo é dosagem. Temas ditos eruditos podem ser tratados com leveza, sem populismo; e temas ditos de entretenimento podem ser tratados com sutileza, sem elitismo” (PIZA, 2011, p. 58).

O outro ponto que gera complicações para o bom andamento do jornalismo cultural é a falsa ideia de que abordar temas internacionais é ser submisso. O profissional que trabalha com esse setor precisa ter um equilíbrio: estar sempre atualizado sobre novidades e produção local e, ao mesmo tempo, antenado aos grandes clássicos e referências que vêm de fora. Isso enriquece a pauta, permite a apresentação de informações mais embasadas e colabora para gerar maior conhecimento ao público.

A partir da visão dos pesquisadores citados até aqui, entendemos que grande parte dos veículos midiáticos necessita retomar a postura reflexiva sobre o que foi e está sendo produzido, fazendo uma avaliação do caminho que tem tomado. Além disso, os jornalistas precisam resgatar a visão reflexiva e analítica também sobre as pautas culturais, entender como os assuntos têm sido abordados, a fim de torná-las acessíveis a todos e contribuir para a construção de valores e para o processo de aprendizagem.

Antes de passar para o próximo tópico, é importante apresentar os gêneros jornalísticos que normalmente tratam da cultura, ainda que não haja um consenso ou uma determinação específica a respeito deles. Essa questão será vista, de forma prática, com a análise dos programas realizada neste trabalho, quando será mostrado que inexistente uma fórmula sobre a produção do jornalismo cultural.

Ao abordar o jornalismo em termos gerais, Cremilda Medina, por exemplo, afirma que a prática se realiza na reportagem, em qualquer que seja sua expressão. E acrescenta: “a informação de serviço é fundamental desde que o jornalismo existe, mas, por outro lado, sempre houve necessidade da voz individual, da voz da opinião” (In: LINDOSO, 2007, p. 33). Para ela, essa voz vem da crítica, das resenhas e dos ensaios, gêneros tradicionalmente reconhecidos dentro do universo do jornalismo de cultura.

Já András Szantó (in: LINDOSO, 2007, p. 40), ao tratar mais especificamente sobre o jornalismo cultural, apresenta a existência de dois tipos de abordagem: tradicional e de serviço. Na primeira, o editor é considerado especializado, portanto tem competência para escolher as pautas. Apesar de ser considerado um modelo “elitista”, permite maior aprofundamento por meio da realização de matérias e reportagens. Já na abordagem de serviço, o leitor é visto como crítico, no sentido de que decide o que quer saber. Nesse caso, as informações têm caráter de utilidade e se materializam em listas de programação.

O jornalismo cultural pode ser verificado em todos esses gêneros (reportagem, crítica, resenha, ensaio, serviço/agenda). O que veremos é que cada veículo ou programa (no caso do rádio, por exemplo) decide como utilizá-los e quais deles se encaixam melhor em cada realidade, seja em relação ao que o público deseja consumir ou no que tange as condições existentes para a produção.

1.2.1 Histórico

Para compreender mais a fundo os desafios que encontramos no jornalismo cultural hoje e, em consequência, nos dois programas analisados neste trabalho, é fundamental entender como se deu a formação da prática. Portanto, resgatar a história nos ajuda a ter uma visão de como se chegou ao cenário com o qual nos deparamos e nos mostra, principalmente, que o processo não está estagnado, segue em constantes mudanças.

Segundo Daniel Piza (2011), a história do jornalismo cultural não tem início exato, mas pode-se determinar um marco a partir da fundação da revista *The Spectator*, em 1711,

pelos ensaístas ingleses Richard Steele (1672-1729) e Joseph Addison (1672-1719). Eles decidiram lançar a publicação a fim de levar a filosofia a diversos lugares, como clubes, assembleias e cafés, fazendo com que as discussões extrapolassem o âmbito das bibliotecas, escolas e faculdades.

Nessa época, já se entendia a atividade cultural como motivo de reflexão e se percebia a necessidade de ampliar o debate de ideias e levá-lo ao morador das cidades. Isso se materializou em produções artísticas carregadas de sentidos e que manifestavam ações inspiradas no cotidiano. O teatro elisabetano, por exemplo, que tem em William Shakespeare seu principal expoente, apresentava temas recorrentes na sociedade, retomava questões históricas e abordava, inclusive, interpretações sobre o estrangeiro, estimuladas pelas viagens de descobrimento dos séculos XVI e XVII.

Ao longo das décadas, o jornalismo cultural esteve presente nas mais diversas situações, muitas delas de cunho político. Como exemplo, Piza destaca que o jornalismo cultural britânico alimentou ideias que deram origem ao movimento iluminista⁵ por meio dos textos publicados em pasquins e panfletos distribuídos pelas ruas – que serviram de combustível aos ideais revolucionários.

O autor ilustra exemplo do filósofo francês Voltaire, que, em viagem à Inglaterra, encantou-se pelo clima de liberdade no país – estimulado pelas reflexões jornalísticas – e posteriormente declarou que seus pensamentos sobre justiça e independência foram inspirados na mentalidade inglesa. Nesse contexto, inclusive, o escritor inglês Samuel Johnson (1709-1784) tornou-se o primeiro grande crítico cultural.

No auge da industrialização do século XIX, ensaios e críticas tinham papel de destaque, assim como quem os escrevia. Nesse período, surgiram nomes como John Ruskin (1819-1900), grande crítico de arte que marcou época e influenciou o reconhecido escritor francês Marcel Proust, e Sainte-Beuve (1804-1869), chamado por especialistas de “papa francês da crítica oitocentista”.

Sainte-Beuve, por sua vez, foi responsável por estabelecer um padrão para o jornalismo cultural, com coluna no *Le Constitutionnel*, que se tornou precursora de um formato muito usado por anos no Brasil e ainda empregado em outros países: os rodapés

⁵ O Movimento Iluminista ocorreu entre os séculos XVII e XVIII e teve seu ápice com a Revolução Francesa, em 1789. É um período que inaugura a idade contemporânea da história intelectual e cultural do Ocidente. Foi caracterizado por grande efervescência de ideias e revolução nas áreas da ciência, filosofia e política.

literários⁶. Com os grandes expoentes da época, Piza conta que se iniciava “uma era de ouro do jornalismo europeu, tão influente na modernidade quanto as revoluções políticas, as descobertas científicas, a educação liberal ou o romance realista” (2011, p. 13).

Ainda no século XIX, o jornalismo cultural efervesceu nos Estados Unidos. O grande expoente por lá foi Edgar Allan Poe (1809-1849), com suas críticas literárias publicadas em jornais e revistas, ainda que, atualmente, seja mais conhecido por contos e poemas de mistério. Logo, na segunda metade do século, houve um *boom* no número de críticos e ensaístas que acompanhou o crescimento do país e, em consequência disso, a expansão do horizonte da cultura.

Já no Brasil, o gênero ganhou força apenas no final do século XIX, especialmente com Machado de Assis (1839-1908), que iniciou a carreira como crítico de teatro e polemista literário. Havia, ainda, a proximidade de vários outros escritores brasileiros com o jornalismo cultural. Entre os grandes expoentes estavam José Veríssimo (1857-1916), Silvio Romero (1851-1914) e Araripe Júnior (1848-1911), que faziam parte da chamada “geração de 1870” e formavam a tríade de críticos mais importantes do período, como destaca a Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras.

Com a grande movimentação artística e agitação intelectual do início do século XX – fruto da explosão das vanguardas artísticas europeias⁷ e da chegada do movimento modernista ao Brasil –, a sociedade, e também o jornalismo, passou por mudanças. Alguns intelectuais modernistas e os jornalistas mais conservadores acabaram por utilizar os espaços dos jornais como palco para debates. Esse contexto, em conjunto com a outorga da primeira lei de imprensa do período republicano, em 1923, e da criação de cursos de Jornalismo entre as décadas de 30 e 40, contribuiu para o início da profissionalização da atividade. Com ela, veio o destaque maior para reportagens e entrevistas.

A expressão máxima da especialização em cultura a partir da profissionalização do ofício jornalístico veio com a criação da revista *O Cruzeiro*, em 1928. A publicação lançou o

⁶ Os rodapés literários surgiram na imprensa oitocentista francesa e germânica nos folhetins – que faziam as vezes do que hoje conhecemos por segundos cadernos. Nesses espaços, normalmente localizados na parte inferior da primeira página, eram publicados textos literários: crônicas, poesias, ensaios e resenhas. No Brasil, o formato, que ganhou força em meados do século 20, foi adotado pelos grandes jornais para dar espaço às críticas literárias.

⁷ As vanguardas foram manifestações artísticas, surgidas na Europa no início do século XX, que buscavam quebrar padrões, romper com a tradição cultural do século anterior. Encabeçadas por artistas e intelectuais considerados “à frente de seu tempo”, acabaram influenciando todo o mundo ocidental. As principais correntes foram: cubismo, futurismo, expressionismo, surrealismo e dadaísmo. Essas ideias fomentaram o modernismo brasileiro, que teve como ápice a Semana de Arte Moderna de 1922.

conceito de reportagem investigativa e deu espaço a importantes artistas e escritores, como José Lins do Rego, Vinícius de Moraes, Manuel Bandeira, Rachel de Queiroz e Mário de Andrade. Também reconhecida pelas inovações gráficas, teve suas ilustrações assinadas por dois grandes representantes do modernismo: Di Cavalcanti e Anita Malfatti.

Entre os anos 30 e 40, *O Cruzeiro* foi a principal revista do país e conseguia chegar a todos os tipos de público. Ela e outras publicações brasileiras do gênero valorizavam o crítico enquanto profissional e priorizavam textos que tinham caráter mais informativo, que consideravam também o entorno e o contexto das obras, não apenas discorriam sobre o produto em si.

O caderno cultural como seção obrigatória dos impressos surgiu a partir dos anos 50, tendo como marco a criação do “Caderno B” pelo *Jornal do Brasil* em 1956. Foi o “precursor do moderno jornalismo cultural brasileiro, com crônicas de Clarice Lispector e Carlinhos de Oliveira, crítica de teatro de Bárbara Heliodora e outros trunfos” (PIZA, 2011, p. 37).

Atualmente, o jornalismo cultural vem sofrendo uma “crise” marcada, principalmente, pela rápida transformação dos produtos culturais e pelas mudanças sofridas pelo próprio jornalismo. Intelectuais e críticos já não tem mais força e não causam tanto impacto sobre a opinião do público – às vezes sequer da comunidade artística –, existe um domínio de assuntos relacionados a celebridades e fenômenos de audiência têm se sobressaído em detrimento das pautas e dos formatos tradicionais em cultura.

Além disso, os veículos em geral ainda não encontraram um modelo para acompanhar a revolução digital, o que gerou sérias crises financeiras e, conseqüentemente, cortes de pessoal e a degradação da profissão. Outro ponto é que os jornalistas acabam, muitas vezes, pautados (ou vetados) pelos interesses comerciais das empresas que os financiam – há casos em que matérias que criticam determinado setor deixam de ser publicadas para não entrar em conflito com fontes publicitárias, ou então iniciativas interessantes não são mostradas porque foram realizadas por concorrentes dos patrocinadores.

Há também uma queda na qualidade da apuração e dos textos causada, em parte, pelo excesso de profissionais inexperientes nas redações – departamentos de pessoal têm recorrido a jornalistas recém-formados e estagiários como alternativa para manter a alta produção e baixos salários. A massificação dos cursos de comunicação e suas conseqüentes decadências aparecem como mais uma dificuldade a ser superada.

Uma problemática que afeta especialmente o jornalismo cultural é que existe uma falsa ideia dos donos de empresas de comunicação de que os temas de cultura têm menor importância. Portanto, os profissionais que o realizam encontram resistência e tem seu espaço

cada vez mais subaproveitado – na hora de cortar conteúdo para dar lugar a uma publicidade, os cadernos de cultura entram para a lista dos principais afetados. András Szantó aponta tal questão e lamenta: “Jornalismo cultural é a especialização jornalística de mais baixo status na maioria das redações [...] A verdade é que as artes não constituem a área que concentra a atenção da maioria das empresas de comunicação” (In: LINDOSO, 2007, p. 37).

Por essa razão, o enxugamento das redações também chega primeiro à editoria de cultura. Em consequência, como há pouco pessoal para produzir conteúdo mais elaborado e analítico, o espaço dedicado ao jornalismo cultural acaba sendo restringido à função de apenas prestador de serviços, sendo materializado em grandes listas que apontam a programação do período. Nos veículos impressos, por exemplo, aparecem as colunas com grandes roteiros de filmes, shows, festas etc. Já nas emissoras de rádio, também são frequentes os quadros com o serviço a respeito de eventos ou as pequenas notas informativas jogadas no meio da programação.

Apesar desse cenário, é possível manter o entusiasmo em relação ao jornalismo cultural. Mais do que nunca, bons jornalistas especializados, que saibam filtrar, selecionar e organizar a informação são necessários, porque os veículos precisam se diferenciar das tantas outras fontes de informação viabilizadas pela internet.

[...] o conhecimento da história escrita pelos grandes críticos e repórteres culturais pode servir para dois lembretes: primeiro, essa história não parou de ser escrita, e os grandes nomes de hoje nada devem ao passado, embora proporcionalmente influam menos; segundo, há espaço para recuperar parte dessa influência, pois o bombardeio de dados e informações da era eletrônica criou uma carência ainda maior de análises e comentários, que suplementam argumentos, perspectivas e contextos para o cidadão desenvolver senso crítico e conectar disciplinas. (PIZA, 2011, p. 31 e 32)

Como alternativa aos problemas pelos quais o jornalismo e, em especial, os veículos de comunicação tradicionais estão passando, parte dos profissionais especializados tem concentrado seu trabalho na publicação de livros, seja com coletâneas de ensaios e críticas, ou com projetos de reportagens pensados exclusivamente para esse formato, como também com biografias, entre outros⁸. Piza destaca que também a internet serve de caminho alternativo para o jornalismo cultural, com inúmeros sites que se dedicam a falar sobre cultura e suas manifestações (2011, p. 31).

⁸ Na busca por reinventar a produção jornalística, alguns profissionais, por exemplo, debruçaram-se sobre o próprio material já publicado para relançá-lo em forma de coletâneas, como o fez Ivan Marsiglia, editor-assistente do Estado de S. Paulo, que publicou o livro de reportagens *A poeira dos outros* (Arquipélago Editorial, 2013), e também Fred Melo Paiva, colunista do Estado de Minas, que lançou recentemente *Bandido raça pura* (Arquipélago Editorail, 2014).

Ainda existe um longo caminho para que o jornalismo e, em especial, a especialização em cultura aprenda a lidar com a convergência de mídias e encontre uma alternativa aos problemas apontados. Como abordado acima, a dita crise afeta a produção, especialmente sua qualidade, portanto é preciso ousar, buscar a renovação e até a reestruturação. O jornalista continua interferindo na produção cultural do futuro e é preciso assumir a responsabilidade sobre ela. Segundo Cremilda Medina, “a cultura passa em todos os espaços e tempos do jornalismo” (In: LINDOSO, 2007, p. 32), portanto deve-se resgatá-la.

1.3 Rádio: um espaço para produção jornalística

O nascimento do sistema de radiodifusão teve, na época, peso que pode ser comparado ao surgimento da internet. Ambos se estabeleceram como forma de colocar as pessoas em contato com o mundo; além de alterar a relação entre espaço e tempo, permitiram que a informação sobre eventos distantes chegasse de imediato ao público. No Brasil, a implantação acontece nas primeiras décadas do século XX, um período de muitas mudanças, como já abordado em tópico anterior. Contudo, existem dúvidas sobre quem realmente deu início às transmissões no Brasil: se a Rádio Clube de Pernambuco ou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro.

Isso ocorre porque os pernambucanos de fato se reuniram em um primeiro momento, em 1919, para se debruçar sobre as possibilidades da nova tecnologia, mas há imprecisões no registro da data da transmissão propriamente dita. Relatos apontam que a primeira irradiação da Rádio Clube pode ter ocorrido em fevereiro de 1923 ou em novembro de 1924, enquanto que a Rádio Sociedade foi iniciada em abril de 1923.

De todos os modos, vamos nos ater à emissora carioca, que teve um papel determinante para a radiodifusão brasileira a partir do pioneirismo de seu fundador, Edgard Roquette-Pinto. Em 1936, ele doou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro ao então Ministério da Educação e Saúde (MES), fato que marca o início da história das rádios públicas brasileiras. Em *A história do Rádio Público no Brasil: um resgate pela linha do tempo*, Valci Regina Mousquer Zuculoto explica:

Roquette-Pinto, fundador e proprietário da emissora, negava-se a veicular publicidade como as demais rádios da época por considerar que tal prática desvirtuaria a Sociedade da sua missão voltada à educação e cultura. Sem condições de sustentação financeira da emissora, resolveu doá-la ao MES, mediante a condição de que mantivesse o perfil educativo-cultural. E assim se iniciou um dos sistemas da radiodifusão brasileira que, por décadas, se organizou sob a denominação de sistema de rádio educativo e hoje se autoproclama rádio público. (2011, p. 2 e 3)

As emissoras públicas têm a difícil e importante tarefa de produzir comunicação de qualidade, com independência editorial e financeira, autonomia em relação aos órgãos governamentais, pluralidade, diversidade, imparcialidade e transparência. Muitas vezes contam com vários problemas no âmbito da gestão e das finanças, em razão das baixas verbas.

No Brasil, essa tarefa é ainda mais difícil, uma vez que o setor das rádios públicas tem representatividade baixa enquanto número de emissoras e de audiência e, portanto, existe pouca expressividade e força. Dados de outubro de 2014 apresentados pelo Ministério das Comunicações revelam que, dentre as 9 mil emissoras brasileiras, há apenas 422 rádios FM educativas, o que representa 4,7% do sistema⁹.

Em teoria, o ambiente da radiodifusão pública permite que haja uma atenção maior para com a qualidade e abrangência do conteúdo veiculado, uma vez que não há restrições impostas pelas empresas financiadoras e, conseqüentemente, pela busca incessante de índices de audiência. As emissoras assim classificadas deveriam se constituir como uma ferramenta dirigida a todos, como aponta o texto *La Radio y Televisión Pública – ¿Por Qué? ¿Cómo?* do Conselho Mundial de Rádio e Televisão da Unesco:

É a rádio e televisão do público; se dirige a cada pessoa em sua qualidade de cidadão. Fomenta o acesso à vida pública e à participação nela, desenvolve conhecimentos, amplia os horizontes e permite que cada um se compreenda melhor ao compreender ao mundo e aos demais [...].

Porque não está submetida a imperativos de rentabilidade, a rádio e televisão pública deve dar provas de audácia e inovar, correndo riscos. E quando consegue desenvolver gêneros ou ideias que lhe são próprios, pode impor normas elevadas às demais emissoras, as quais dá então o tom. (2001, p. 7, tradução livre¹⁰)

Bucci, Chiaretti e Fiorini partem do princípio de que “uma emissora pública pertence ao público e é administrada segundo critérios públicos não estatais¹¹” (2012, p. 21). Tais emissoras são, portanto, entendidas por eles como independentes do Estado; podem se

⁹ Os dados do Ministério das Comunicações contabilizam as rádios com autorização provisória de funcionamento FM e AM comerciais, comunitárias, de Ondas Curtas e Ondas Tropicais, além das FM educativas.

¹⁰ Trecho original: “Es la radio y televisión del público; se dirige a cada persona en su calidad de ciudadano. Fomenta el acceso a la vida pública y la participación en ella, desarrolla los conocimientos, amplía los horizontes y permite que cada uno se comprenda mejor al comprender al mundo y a los demás [...]. Porque no está sometida a imperativos de rentabilidad, la radio y televisión pública debe dar pruebas de audacia e innovar, corriendo riesgos. Y cuando logra desarrollar géneros o ideas que le son propios, puede imponer normas elevadas a las demás emisoras, a las cuales da entonces el tono”.

¹¹ Os autores especificam as emissoras estatais como de propriedade do Estado (por administração direta ou indireta), com dirigentes nomeados por órgãos de um dos três poderes e que se subordinam a limites institucionais impostos. Elas se dividem em: governamental, legislativa e judiciária.

constituir como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip) ou fundações de direito privado fiscalizadas pelo poder público e têm como gestor um conselho independente. A programação, por sua vez, deve ter autonomia e ser baseada na pluralidade e experimentação, além de não ter finalidades comerciais, partidárias, governamentais ou religiosas. As emissoras comunitárias também entram nesse grupo. Sobre a vocação pública das emissoras estatais, eles discorrem:

É possível que uma emissora estatal conquiste, no curso de sua tradição, um alto grau de autonomia editorial e administrativa, contando para isso com o apoio da sociedade, que a legitima. Nesse sentido, é possível que boas emissoras estatais desenvolvam uma vocação pública, buscando, no limite, emancipar-se inteiramente do jugo estatal. (BUCCI; CHIARETTI; FIORINI, 2012, p. 24)

Em 2011, a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco) definiu princípios que considera que devem ser observados pelas entidades de radiodifusão pública e nortear sua produção, como consta no documento do Conselho Mundial de Radio e Televisão citado acima. São eles: diferenciação, diversidade, universalidade e independência. Tais critérios deveriam ser observados na elaboração e execução de conteúdos nessas emissoras, mas isso nem sempre ocorre.

Tanto a diferenciação quanto a diversidade tratam dos serviços prestados pelas emissoras. O primeiro aspecto indica que os serviços de radiodifusão pública devem ser feitos por meio da programação diversificada e de qualidade, com olhar para a inovação, a criação de novos espaços e gêneros, além de se mostrar como fonte de informação e estimular os outros veículos. Já o segundo princípio aponta que a programação deve refletir a diversidade dos interesses do público considerando, pelo menos, a variedade de gêneros emitidos (desde noticiários a pequenos boletins e programetes), os espectadores a quem se destina e os temas tratados.

A universalidade complementa essa ideia da relação com o público, uma vez que busca colocar o conjunto de indivíduos em um patamar de igualdade a partir do entendimento de que rádio e televisão públicas devem ser acessíveis a todos os cidadãos em território nacional dos pontos de vista técnico, de linguagem e conteúdo. A independência¹², por sua

¹² Para garantir os recursos necessários à manutenção das emissoras, já que a independência também é esperada em relação ao aspecto financeiro, existem formas determinadas de financiamento. No Brasil, por exemplo, são permitidos patrocínios a programas, apoio cultural, publicidade institucional e legal, prestação de serviço, licenciamento e venda de produtos e serviços. O Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina aponta que o financiamento é a parte mais complicada no sistema brasileiro; o Estado é tradicionalmente o principal financiador, mas existem alternativas estabelecidas por lei para diversificar o sustento das emissoras. Disponível em <<http://observatorioradiodifusao.net.br/index.php/modelo-de-financiamento-sp-103610057>>. Acesso em 13 dez. 2014.

vez, constitui-se como princípio fundamental para manter a liberdade de expressão sobre a qual a comunicação pública se apoia de forma a concretizar-se como espaço por onde circulam informação, opinião e crítica.

Pesquisa realizada pelo Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina mostra que algumas distorções ainda acontecem no Brasil. Entre elas, está a falta de participação pública em algumas emissoras e a existência de programação voltada majoritariamente ao entretenimento, que não respeita a diferenciação e a diversidade¹³.

O Manual de Jornalismo da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), que agrega várias emissoras públicas (como a Rádio Nacional e a TV Brasil), entende o jornalismo como um espaço público. Ao apresentar o guia, Nelson Breve, presidente da instituição, reforça a importância do compromisso “com a precisão, com a clareza, com o respeito aos fatos e aos Direitos Humanos, com o combate aos preconceitos, com a democracia e com a diversidade de opiniões e pontos de vista” (2013, p. 8). É relevante destacar que as entidades caracterizadas como públicas têm de ter uma atenção especial para com essas questões.

Nesse universo, o jornalismo cultural encontra, em geral, um espaço mais responsável e mais comprometido com a democratização dos conteúdos e com a função reflexiva que lhe é inerente. Isso porque, a partir do surgimento dos meios de comunicação de massa e com a nova configuração estabelecida pelas indústrias culturais – que permitia maior reprodução, mas também maior acesso –, o setor de entretenimento conseguiu alcançar um posto muito promissor no ambiente radiofônico. Quando tal esfera descobriu o poder de propagação desse meio, e também da televisão, o entendimento da comunicação passou a ter uma nova cara.

Além do rádio, que no Brasil teve função histórica ainda pouco estudada – não só na distribuição de informações, mas também na formação de um repertório nacional comum, como no caso das novelas –, o cinema foi o principal veículo de arte de massa, crescentemente influente nos anos 20, 30 e 40. E a partir dos anos 50, com a democratização da TV, a produção de obras culturais em escala atingiu força, uma presença social, um impacto sobre os hábitos e valores de todas as classes que não pode ser subestimado, como sabe qualquer brasileiro que se detiver sobre a história da Rede Globo desde sua fundação em 1965. (PIZA, 2011, p. 43)

A expansão de programas, especialmente nas emissoras comerciais, com grandes listas de músicas e pouca produção de conteúdo reflexivo colaborou consideravelmente para a

¹³ Exemplo dessas distorções é o caso da Rádio Máximus FM, que fica em Rio Paranaíba, Minas Gerais. A emissora está listada como pública, é administrada por uma fundação de direito privado e recebe recursos da prefeitura municipal, entretanto não inclui programas que atendam a finalidades educativas e culturais, além de ter programação focada em músicas de sucesso, sem vinculação com a cultura local e sem canais efetivos de controle de qualidade.

homogeneização do gosto musical. Também o foco na programação de entretenimento propagou um padrão comportamental inspirado, por exemplo, nas radionovelas, que apresentavam personagens com papéis sociais específicos e estereotipados.

Quando existe a preocupação em alcançar os princípios estabelecidos pela Unesco e também a função do jornalismo cultural na sociedade, o poder que o rádio tem de atravessar fronteiras ganha outra dimensão e pode, inclusive, gerar aprendizado, além de servir como canal para compartilhamento de ideias. Portanto, percebe-se a fundamental importância do sistema público de radiodifusão, quando comprometido com os valores apontados ao longo do capítulo, no resgate à programação de qualidade.

Assim sendo, ao longo dos anos, o meio se concretizou como um dos responsáveis pela difusão da cultura brasileira, processo coroado pela grande expressividade e capacidade que o rádio tem de influir no imaginário do ouvinte (CAVALCANTE; WITIUK, 2012). Talvez hoje essa relação não se dê mais da mesma forma como ocorreu nos anos de ouro do rádio, mas ele ainda está diariamente presente na vida das pessoas. Esse cenário de desafios e discussões a respeito do jornalismo cultural e sua prática no rádio público provocam uma série de reflexões que devem ser consideradas e merecem investigação. A partir dessa conjuntura, foi proposto o estudo que segue.

CAPÍTULO 2

Jornalismo cultural radiofônico como objeto de estudo

2.1 Objeto

O objetivo deste trabalho é compreender aspectos da produção do jornalismo cultural em duas rádios do campo público brasileiro a partir do estudo dos programas *Multicultura* (Educadora FM/BA) e *Estação Cultura* (FM Cultura/RS). Para tanto, a pesquisa busca elementos que possibilitem entender quais são os temas mais abordados em tais programas, de que forma a estrutura é pensada, quais são as condições de produção existentes e de que maneira colaboram com os princípios de universalidade, diversidade, independência e diferenciação, estabelecidos pela Unesco para o fortalecimento da natureza pública dessas emissoras.

É importante ressaltar que o trabalho parte de um ambiente controverso gerado pelas múltiplas interpretações possíveis do termo “cultura” e, portanto, propõe-se, a entender o que é feito nas duas emissoras e não encontrar uma definição exata para o jornalismo cultural. Além disso, como abordado no primeiro capítulo, a prática jornalística se encontra imersa em uma crise gerada pela dificuldade de encontrar um modelo efetivo e rentável que possibilite a convivência entre os meios de comunicação tradicionais e as novas tecnologias e, em consequência, pela falta de recursos financeiros.

Existe uma escassez de bibliografia específica sobre o jornalismo cultural no universo radiofônico, o que se converte em um motivo a mais para desenvolver um material que contribua para uma reflexão a respeito da produção jornalística de cultura. A prática do radiojornalismo tem características muito particulares que devem ser levadas em consideração ao analisar a relação entre entretenimento e cultura.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo geral

Conforme demonstrado no contexto apresentado no capítulo anterior, este trabalho tem como objetivo geral investigar a produção do jornalismo cultural em duas rádios do campo público brasileiro a partir do estudo dos programas *Multicultura* (Educadora FM/BA) e *Estação Cultura* (FM Cultura/RS).

2.2.2 Objetivos específicos

- Buscar elementos relacionados ao conteúdo e à linguagem dos programas da amostra que possibilitem conhecer os temas culturais mais abordados em tais programas;
- Entender de que forma a estrutura desses programas é pensada;
- Conhecer as condições de produção existentes;
- Verificar se os programas se aproximam e colaboram com os princípios de universalidade, diversidade, independência e diferenciação, estabelecidos pela Unesco para o fortalecimento da natureza pública dessas emissoras;
- Compreender a visão dos produtores a respeito dos programas;
- Entender quais são os desafios enfrentados pelas produções no dia a dia;
- Averiguar se existe relação com o público e como ela se dá;
- Compreender a perspectiva da equipe desses programas sobre o que é jornalismo cultural.

2.3 Locus

O desenho da pesquisa começou a ser desenvolvido no primeiro semestre de 2013 com orientação da professora Nelia Del Bianco. A ideia inicial partiu de uma curiosidade sobre a configuração do jornalismo cultural no rádio e, especialmente, a relação que as equipes de uma produção cultural têm com a sua audiência – se as conhecem e se interagem. Portanto, observou-se, nesse primeiro momento, a necessidade de fazer um mapeamento.

Para tanto, foi feito um levantamento inicial de emissoras públicas brasileiras com maior representatividade regional e que trouxessem uma variedade de formatos e estruturas à construção do trabalho. A partir da busca nos portais institucionais, chegou-se a 46 programas, entre oito rádios, que se apresentavam como produções jornalísticas de cultura (APÊNDICE A).

Partindo desse levantamento, o processo de recorte seguiu a fim de entender a característica geral dos conteúdos divulgados. A partir da audição de, pelo menos, uma edição de cada um dos programas, foram avaliados critérios como foco na programação musical, uso de perspectiva histórica ou jornalística, realização de entrevistas e matérias. A disponibilidade e facilidade de acesso aos áudios também foi levada em consideração – a Rádio Cultura do

Pará, por exemplo, precisou ser retirada, pois os áudios não estavam disponíveis, o que impossibilitaria a execução do trabalho. Esse processo, concluído em julho de 2013, resultou na escolha de 23 produções em sete emissoras (APÊNDICE B).

Depois de uma pausa entre o segundo semestre de 2013 e o início do primeiro de 2014 (para realização de intercâmbio acadêmico na Universidad Complutense de Madrid), já com orientação do professor Carlos Eduardo Esch, foi feita a revisão da grade de programas para identificar se ainda permanecia como tal. A partir disso e levando em consideração que revistas radiofônicas multitemáticas possibilitariam trazer tratamentos mais diversificados, chegamos a cinco produções de cinco emissoras diferentes, com representantes das regiões Centro-Oeste, Nordeste, Sudeste e Sul (APÊNDICE C).

Para, por fim, definir as produções que compõem a análise, foi feita uma nova audição de, pelo menos, duas edições de cada um dos cinco programas. Também foram feitas tentativas de contato com os produtores para averiguar a disponibilidade para futuras entrevistas e de acesso total aos áudios. Chegamos, portanto, ao *Multicultura*, da rádio Educadora FM da Bahia, e ao *Estação Cultura*, da FM Cultura do Rio Grande do Sul.

Tabela 1 - Sinopse dos programas da amostra

<i>Estação Cultura</i> FM Cultura RS 107,7 MHz	A produção cultural do Rio Grande do Sul em revista. Um programa de informação com agenda cultural, reportagens e entrevistas sobre cinema, teatro, música, literatura e artes em geral.
<i>Multicultura</i> Educadora FM BA 107,5 MHz	Revista cultural que discute o que de mais interessante acontece em Salvador. Com a presença de comentaristas e entrevistas ao vivo, traz reportagens e informações da agenda cultural da cidade.

Multicultura

O *Multicultura*, da Educadora da Bahia, foi lançado em 2006 pela jornalista Marcia Moreira, que continua até hoje à frente do programa como editora e apresentadora. A proposta inicial era criar um jornal para o horário das 12h que seguisse a ideia do noticiário *Jornal da*

*Educadora*¹⁴. Pensando na vocação pública da emissora, que caminha junto à promoção da cultura, Márcia propôs um programa que trouxesse as principais notícias do dia, mas tivesse a cultura como princípio.

O programa passou por evoluções ao longo dos anos e, hoje, é veiculado de segunda a sexta-feira, das 12h às 13h. A bancada sempre contou com dois apresentadores sendo que, atualmente, três jornalistas dividem a ancoragem com Márcia Moreira, um em cada dia da semana. Esse formato foi mais uma tentativa de testar novas possibilidades e dar mais dinamicidade. A produção é de Jó Demolier e as matérias são geralmente realizadas por estagiários.

A grande maioria das edições analisadas tem duas entrevistas, que são normalmente realizadas ao vivo no estúdio, além de agenda cultural, apresentada em duas partes, matérias com as principais notícias do dia sobre temas diversos e de uma a três colunas. Atualmente, 13 comentaristas colaboram com o programa, conforme tabela abaixo.

Tabela 2 - Comentaristas do Multicultura

Dia da semana	Nome do quadro	Nome do comentarista
Segunda-feira	Gastronomia	Vevé Bragança
	Retratos da Bahia	Carlos Barros
	Esportes	Gustavo Castelucci
Terça-feira	Literatura	Claudius Portugal / Aurélio Schommer
	Música e Mundo	Paulo Lima
Quarta-feira	Conexões	Nelson Pretto
	Artes Visuais	Ligia Aguiar / Justino Marinho
Quinta-feira	Ponto G	Eugenio Afonso
	Moda	Taya Novaes
	Esportes	Gustavo Castelucci
Sexta-feira	Música	Messias Bandeira
	Teatro	Claudio Cajaíba

Os quadros diários existem desde o começo do programa e têm a proposta de trazer uma análise mais aprofundada sobre as áreas do jornalismo cultural. A lista de colunas mudou

¹⁴ O *Jornal da Educadora* é o noticiário diário da Educadora FM. Apresentado de segunda a sexta-feira, às 18h30, tem como proposta fazer um resumo dos principais acontecimentos da cidade de Salvador, da Bahia, do Brasil e do mundo, mas não se restringe a notícias curtas, eventualmente apresenta reportagens especiais e entrevistas.

bastante ao longo dos anos em razão da disponibilidade dos comentaristas e também das oportunidades que surgiram. O quadro de esportes, por exemplo, ainda que não represente um tema normalmente coberto pela cultura, foi lançado na época da Copa do Mundo e acabou agregado ao quadro fixo de colunas mesmo com o fim do mundial.

Estação Cultura

A FM Cultura teve início em 1989 e, desde então, o *Estação Cultura* compõe a grade. Atualmente, é apresentado de segunda a sexta-feira, das 18h às 19h, e tem equipe formada pelo produtor Alvaro Grohmann, pelo apresentador Gerson Pont e por uma estagiária. A base do programa é composta por um tripé entre agenda cultural, música e entrevista.

Na agenda, a prioridade é a produção local, mas também pode haver destaque a grandes eventos estaduais e, até, nacionais. Predominam programação musical e pequenas notas – divididas na agenda cultural, apresentada por Gerson Pont, que também faz o quadro “Notícias do Mundo da Cultura”, além do esporádico “Cursos e eventos”, feito pela atual estagiária Renata Pias.

Todas as edições analisadas do *Estação Cultura* contam também com entrevistas realizadas, geralmente, ao vivo por telefone, mas algumas são gravadas pela estagiária. Há também participação da colunista Jaqueline Chala em quadro sobre cinema, apresentado duas vezes por semana em edições que destacam, às terças-feiras, dicas do circuito alternativo e, às sextas-feiras, de grandes estreias.

2.4 Corpus

A análise foi composta com 20 edições do programa baiano e 18 edições do gaúcho¹⁵. O material corresponde a quatro semanas de programação divididas em dois períodos de análise: de 19 a 31 de maio e 14 a 25 de julho de 2014. Essa divisão ocorreu pela questão prática de que os áudios do *Multicultura* foram enviados pela própria produção, que só conseguiu disponibilizar parte dos arquivos do mês de maio e a outra parte de julho. Além disso, foi possível evitar interferências do período atípico da Copa do Mundo, ocorrida entre 12 de junho e 13 de julho.

¹⁵ Apenas as edições de 22 e 26 de maio do programa *Estação Cultura* não estavam disponíveis e julgamos que a ausência delas não causaria prejuízo para o resultado final do trabalho.

2.5 Método

A metodologia usada para a construção do trabalho foi baseada na perspectiva de Laurence Bardin sobre análise de conteúdo, definida como “um conjunto de técnicas da comunicação, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (1977, p. 38).

Para este estudo, a análise de conteúdo de natureza temática foi a que melhor se enquadrou dentre os diversos tipos definidos pela autora. “Fazer uma análise temática consiste em descobrir os ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação e cuja presença, ou frequência de aparição podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido” (BARDIN, 1977, p. 105). A partir da teoria apresentada, foram exploradas as dimensões qualitativa e quantitativa do material.

Além disso, a fim de complementar o material extraído da análise, utilizou-se de mais de uma técnica de coleta de dados para a pesquisa. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas por telefone com Márcia Moreira (idealizadora, editora e apresentadora do *Multicultura*), Alvaro Grohmann (produtor do *Estação Cultura*) e Gerson Pont (atual apresentador do *Estação Cultura*).

2.6 Categorias de análise

Foram definidas cinco categorias baseadas em unidades de sentido: temas recorrentes, formatos utilizados, linguagem, tipos de fontes e recursos sonoros. A categoria “tema” foi subdividida de maneira a extrair resultados quantitativos com base na frequência de aparição das seguintes subcategorias:

- **Artes plásticas:** sobre artes visuais, pintura, escultura, desenho, gravura, colagem, entre outras linguagens artísticas que exploram elementos visuais; exposições, feiras, entrevistas com artistas ou sobre artistas e suas obras, comentários sobre o mercado e o universo das artes plásticas;
- **Cinema:** lançamentos de filmes, festivais, produções em cartaz, entrevistas com cineastas, atores, demais pessoas vinculadas à produção audiovisual, ou sobre eles e seus produtos, comentários sobre o mercado e o universo audiovisual;
- **Literatura:** lançamentos de livros, feiras, entrevistas com autores ou sobre autores e suas obras, comentários sobre o mercado e o universo da literatura;

- **Música:** shows, festivais, lançamentos, comentários, entrevistas com artistas ou sobre artistas e suas obras, comentários sobre o mercado e o universo da música;
- **Teatro:** estreias, espetáculos em cartaz, festivais, entrevistas com artistas ou sobre artistas e as produções das quais fazem parte, comentários sobre o mercado e o universo do teatro;
- **Dança:** estreias, espetáculos em cartaz, festivais, entrevistas com artistas ou sobre artistas e suas produções, comentários sobre o mercado e o universo da dança;
- **Fotografia:** exposições, lançamentos de produtos relacionados à fotografia, entrevistas com fotógrafos, modelos ou sobre fotógrafos e seus produtos, comentários sobre o mercado e o universo fotográfico;
- **Diversos/geral/comportamento:** atividades multitemáticas, como semanas e feiras; debates, seminários, ações sociais, que abordam discussões de ideias; entrevistas a esse respeito ou com participantes dessas ocasiões;
- **Manifestação religiosa:** eventos e manifestações de cunho religioso, entrevistas com ou sobre personagens, comentários sobre assuntos relacionados;
- **Arquitetura:** mostras, entrevistas com arquitetos ou sobre arquitetos e seus trabalhos, implicações da arquitetura na sociedade;
- **Gastronomia:** eventos gastronômicos, como festivais e feiras, dicas, entrevistas com chefes, cozinheiros e demais pessoas vinculadas à gastronomia, ou sobre elas, comentários sobre o mercado e o universo gastronômico;
- **Moda:** exposições, semanas de moda, entrevistas com estilistas e modelos ou sobre eles, comentários sobre o mercado e o universo da moda;
- **Outros:** temas não culturais, que não se encaixam em nenhum dos tópicos acima – como trânsito, transportes, saúde, segurança pública etc.

Já a categoria “formato” revelou a frequência de aparição de: matérias, entrevistas, links ao vivo, inserções em agenda ou notas de serviço, notas informativas, destaques com chamada e apresentação de sonora, comentários ou colunas, que, para este trabalho, foram considerados como:

- **Matérias:** conteúdo que aparece com uma chamada do apresentador para o repórter e, normalmente, é gravado. Sempre tem a presença de sonoras e costuma trazer várias informações sobre a pauta em questão;
- **Entrevistas:** ao vivo ou gravadas tanto no estúdio como por telefone, podem envolver um ou mais convidados. Em geral, são conduzidas pelos apresentadores, mas também aparecem em algumas situações realizadas por repórteres;
- **Links ao vivo:** conteúdo que aparece com a chamada do apresentador para um repórter que está cobrindo determinada pauta, normalmente um evento de destaque;
- **Agenda ou notas de serviço:** conteúdo que apresenta informações objetivas a respeito de um evento e é normalmente aglomerado em listas. Aparece tanto conduzido pelos apresentadores, como por repórteres ou produtores. No caso das notas de serviço, são apresentadas informações rápidas sobre trânsito ou condições climáticas;
- **Notas informativas:** normalmente conduzidas pelos apresentadores, trazem informações rápidas sobre assuntos diversos (a exemplo do falecimento de artistas e curiosidades sobre o universo cultural).
- **Chamada e sonora:** conteúdo que aparece com uma chamada feita pelos apresentadores seguida de sonora com depoimento de um artista, produtor ou especialista a respeito de determinado evento;
- **Comentários ou colunas:** autoral, consiste na apresentação da opinião de especialistas a respeito de assuntos variados (teatro, música, moda etc). Normalmente encaixadas em dias fixos da programação.

Na categoria “tipo de fontes”, foram registrados quantitativamente artistas ou personagens, especialistas, produtores, público e outros, que apareceram como convidados para entrevistas ou fontes para as sonoras. As demais categorias foram analisadas de acordo com abordagem não quantitativa: verificou-se a linguagem empregada e a ausência ou presença de recursos sonoros.

Os dados obtidos correspondentes às categorias “tema”, “formato” e “tipos de fontes” foram tratados por meio de tabelas que revelaram as frequências das inserções e permitiram colocar as informações para interpretação em relevo. Algumas subcategorias foram definidas inicialmente, mas, a partir das audições, sentiu-se a necessidade de acrescentar outras. Isso

porque foram registradas ocorrências que não se encaixaram no que foi preestabelecido (a exemplo de inserções classificadas como “manifestação religiosa”, “moda” e “geral/comportamento”).

CAPÍTULO 3

Os dados falam: levantamento e análise de conteúdo

Como explicado no capítulo anterior, para realizar a análise dos programas em questão, foi feita a audição de 20 edições do *Multicultura* e 18 do *Estação Cultura*. Os dados levantados foram organizados em tabelas divididas por categorias e subdivididas a partir das ocorrências encontradas, como será visto a seguir.

3.1 Tema

Na categoria “tema”, foram encontradas 811 ocorrências nos dois programas. “Música” como pauta, por exemplo, aparece majoritariamente, com 269 inserções, o que representa 33,17% do total de inserções. O segundo tema cultural abordado mais vezes é “teatro” com 106 ocorrências.

Esses dados refletem que as agendas são a principal fonte para esses programas, uma vez que a frequência de shows e apresentações teatrais é muito maior do que de exposições, por exemplo. Ou seja, enquanto diferentes apresentações podem acontecer a cada dia em uma mesma casa, as mostras de artes plásticas costumam permanecer por vários dias e até meses ocupando um único espaço.

Estação Cultura

Nas edições analisadas, foram encontradas 337 ocorrências temáticas, que seguiram a tendência apontada na observação dos dados conjuntos dos dois programas: “música” foi o primeiro assunto mais tratado e “teatro” o segundo, como pode ser observado na tabela a seguir. Nenhuma ocorrência foi encontrada para “manifestação religiosa”, “gastronomia” e “moda”.

Tabela 3 – Ocorrências de tema para o *Estação Cultura*

	Números absolutos	Porcentagem
Música	122	36,2%
Teatro	55	16,32%

Literatura	40	11,87%
Cinema	39	11,57%
Diversos / geral / comportamento	25	7,42%
Outros	19	5,64%
Fotografia	14	4,15%
Artes plásticas	11	3,26%
Dança	11	3,26%
Arquitetura	1	0,3%

Multicultura

O programa baiano apresentou 474 ocorrências de “tema”. É importante observar que os temas que extrapolam a cultura, como saúde, segurança, educação, entre outros, aparecem com muita frequência no *Multicultura*. Eles ficaram em segundo lugar em número de inserções, com 83 ocorrências contabilizadas na subcategoria “outros”.

Aqui foi verificado que assuntos diversos, colocados em “diversos/geral/comportamento”¹⁶, tiveram o terceiro maior número de ocorrências, 54, diferente do que ocorreu com o *Estação Cultura*. Por sua vez, “teatro”, o segundo tema mais abordado em números gerais, teve 51 ocorrências nas edições analisadas do *Multicultura*. “Música” se manteve em primeiro lugar, com 147 inserções.

Tabela 4 - Ocorrências de tema para o *Multicultura*

	Números absolutos	Porcentagem
Música	147	31,01%
Outros	83	17,51%
Diversos / geral / comportamento	54	11,39%
Teatro	51	10,76%
Literatura	39	8,23%
Artes plásticas	33	6,96%
Cinema	21	4,43%
Manifestação religiosa	16	3,38%
Dança	13	2,74%

¹⁶ Como explicado no capítulo 2, foram incluídas na categoria “diversos/geral/comportamento” inserções que tivessem conteúdo a respeito de atividades multitemáticas, como semanas e feiras; debates, seminários, ações sociais, que abordam discussões de ideias.

Gastronomia	7	1,48%
Fotografia	6	1,27%
Arquitetura	2	0,42%
Moda	2	0,42%

No *Multicultura*, temas não cobertos tradicionalmente acabam entrando na pauta, ainda que em menores proporções, como é o caso das pautas relacionadas a manifestações religiosas, gastronomia e moda.

3.2 Formato

Foram encontradas 811 ocorrências dentro da categoria “formato”, que considerou as subcategorias “matéria”, “entrevista”, “chamada com sonora”, “comentário ou coluna”, “nota”, “agenda/serviço”¹⁷ e “link ao vivo”. Cada um dos programas tem um formato específico e os dados revelados mostram as principais diferenças, portanto, serão especificados a seguir.

Estação Cultura

Do total de 337 ocorrências de formato no programa gaúcho, mais da metade delas, 65,58%, foram referentes à “agenda/serviço”. O que mostra a prioridade que o programa dá para os eventos. Dois quadros são dedicados a isso e às vezes aparecem mais de uma vez ao longo de uma edição. São eles *Notinhas e o que fazer em Porto Alegre* e *Cursos e eventos*.

O segundo formato que mais aparece são as notas, com 59 ocorrências, que representam 17,51% das inserções, o que pode demonstrar também falta de condições de produção para conteúdos mais elaborados, que normalmente aparecem em matérias. Nenhum “link ao vivo” foi observado nas edições analisadas.

¹⁷ Para a contagem de unidades de registro referentes à “agenda/serviço” foi considerado o número de atrações anunciadas, ainda que dentro de quadros fechados dedicados a isso. Por exemplo, para o Multicultura de 25 de julho, a contagem foi feita da seguinte forma: uma inserção referente ao serviço de trânsito, somada a seis eventos anunciados na primeira parte da agenda cultural e outros quatro eventos anunciados na segunda parte da agenda cultural, totalizando 11 unidades registradas.

Tabela 5 – Ocorrências de formato para o *Estação Cultura*

	Números absolutos	Porcentagem
Agenda/serviço	221	65,58%
Nota	59	17,51%
Entrevista	40	11,87%
Comentário/coluna	9	2,67%
Matéria	6	1,78%
Chamada + sonora	2	0,59%

Multicultura

No programa, observou-se um total de 474 ocorrências para “formato”. Apesar de “agenda/serviço” aparecer em primeiro lugar, com 195 inserções, percebe-se que o *Multicultura* dá bastante espaço para “matérias”, que representaram 122 ocorrências no período analisado. O formato de “chamada + sonora” também é frequente, com 62 ocorrências, seguido de entrevistas, com 40.

Tabela 6 – Ocorrências de formato para o *Multicultura*

	Números absolutos	Porcentagem
Agenda/serviço¹⁸	195	41,14%
Matéria	122	25,74%
Chamada + sonora	62	13,08%
Entrevista	40	8,44%
Comentário/coluna	31	6,54%
Nota	22	4,64%
Link ao vivo	2	0,42%

3.2.1 Formato x tema

A fim de entender com mais clareza qual foi o espaço dado para cada tema, foi feito o cruzamento dos dados das categorias “formato” e “tema”.

¹⁸ Para a contagem de unidades de registro referentes à “agenda/serviço” foi considerado o número de atrações anunciadas, ainda que dentro de quadros fechados dedicados a isso. Por exemplo, para o *Multicultura* de 25 de julho, a contagem foi feita da seguinte forma: uma inserção referente ao serviço de trânsito, somada a seis eventos anunciados na primeira parte da agenda cultural e outros quatro eventos anunciados na segunda parte da agenda cultural, totalizando 11 unidades registradas.

Estação Cultura

Como já visto, o *Estação Cultura* está mais restrito aos formatos de “agenda/serviço”, “nota” e “entrevista”. Na primeira categoria, foram registradas 221 inserções, sendo que 92 correspondem a “música” e 44 a “teatro”; as demais possuem menos de 20 inserções. As notas, por sua vez, representam 59 ocorrências: 24 de “música”, 12 de “cinema”, 8 de “literatura”.

Por fim, as entrevistas mostram uma relação diferente, das 40 inserções, a temática literária é a que mais aparece, com 12 ocorrências, seguida por “música” e “teatro” (ambas com 6), depois “cinema” e “diversos/geral/comportamento” (ambas com 5). Esse cenário mostra que, de fato, os assuntos tradicionais e que estão mais presentes nas agendas acabam sendo a principal pauta do programa.

Tabela 7 – Relação entre principais formatos e temas do *Estação Cultura*

	Agenda / serviço	Nota	Entrevista
Música	92	24	6
Teatro	44	5	6
Outros	17	1	0
Diversos / geral / comportamento	16	2	5
Cinema	12	12	5
Fotografia	13	0	1
Literatura	13	8	12
Dança	8	0	3
Artes plásticas	6	3	2
Arquitetura	0	1	0
TOTAL	221	56	40

Multicultura

No caso do programa baiano, os formatos que mais se destacam são “agenda/serviço”, “matéria”, “chamada + sonora” e “entrevista”. “Música” aparece como tema principal nesses formatos, com exceção das matérias, que têm mais recorrência da subcategoria “outros”, com 58 inserções, em um total de 122. Dos demais assuntos, o que aparece mais vezes no formato “matéria” foi “diversos/geral/comportamento”, com 16 inserções, seguido por “manifestação religiosa”, com 12, e “literatura”, com 9.

Tabela 8 – Relação entre principais formatos e temas do Multicultura

	Agenda / serviço	Matéria	Chamada + sonora	Entrevista
Música	78	8	26	14
Teatro	33	2	9	5
Artes plásticas	17	4	4	4
Outros	18	58	2	2
Diversos / geral / comportamento	18	16	7	4
Dança	11	1	0	1
Cinema	7	8	2	2
Literatura	7	9	10	6
Fotografia	3	2	1	0
Manifestação religiosa	3	12	0	0
Arquitetura	0	1	0	0
Gastronomia	0	1	1	2
Moda	0	0	0	0
TOTAL	195	122	62	40

3.3 Tipos de fontes

No que tange os “tipos de fontes”, foram encontradas 255 ocorrências, a grande maioria no Multicultura. Foram 207 inserções no programa baiano, enquanto que no gaúcho foram localizadas apenas 48. Essa grande diferença está na quase inexistente produção de matérias no *Estação Cultura* – as fontes costumam aparecer apenas nas entrevistas, que ocorrem em número reduzido em relação aos demais conteúdos.

Estação Cultura

A grande maioria das fontes do *Estação Cultura* nas edições analisadas é composta por artistas, com 26 ocorrências, o que representa 54,17% do número de inserções. Depois do grupo, especialista e professores aparecem em segundo lugar, com 18 ocorrências.

Tabela 9 – Ocorrências de tipos de fontes no *Estação Cultura*

	Números absolutos	Porcentagem
Artistas	26	54,17%
Especialistas/professores	18	37,50%

Outros	3	6,25%
Produtores/organizadores	1	2,08%

Pode-se relacionar essa proporção entre os entrevistados do *Estação Cultura* com os tipos de pautas mais frequentes: como o programa tem a característica de abordar mais as artes tradicionais, as pessoas mais indicadas para falar sobre esses assuntos são os próprios artistas.

Multicultura

As 207 ocorrências encontradas para fontes no *Multicultura* apresentaram equilíbrio entre “artistas” e “produtores e organizadores”, que, naturalmente, dominam as entrevistas, matérias e sonoras. Os primeiros apareceram 85 vezes, enquanto os segundos tiveram 83 inserções. Também foram observadas fontes classificadas na subcategoria “outros”, com 19 ocorrências, além de “especialistas/professores”, com 15, e “público”, com 5.

Tabela 10 – Ocorrências de tipos de fontes no *Multicultura*

	Números absolutos	Porcentagem
Artistas	85	41,06%
Produtores/organizadores	83	40,10%
Outros	19	9,18%
Especialistas/professores	15	7,25%
Público	5	2,42%

3.4 Linguagem e recursos sonoros

Em se tratando dos aspectos qualitativos, verificou-se que, em geral, a linguagem tem uma característica mais informal, que lembra uma conversa entre conhecidos, como será demonstrado a seguir. Em todas as edições analisadas prevaleceu a coloquialidade na fala, ainda que com pequenas diferenças entre um programa e outro.

Estação Cultura

O que mais se sobressai no programa é o sotaque gaúcho bastante acentuado, inclusive com a presença de regionalismos na fala. A principal característica é o uso excessivo do pronome “tu”, típico do linguajar gaúcho, como na frase: “O que tu destacarias do figurino e do cenário?”.

Nas edições observadas, prevaleceu o tom coloquial, mas sem tantas informalidades. A não ser nas edições em que o convidado também era naturalmente mais descontraído. Esse foi o caso da edição de 22 de julho, quando o jornalista Paulo Moreira foi cobrir as férias da colunista Jaqueline Chala. Ele apresentou o quadro “Circuito Alternativo” interagindo mais com Gerson Pont e com os ouvintes e se permitindo fazer brincadeiras.

Multicultura

No *Multicultura* prevalece a informalidade, as apresentadoras riem e fazem brincadeiras com os convidados e entre elas a todo o tempo, além de fazerem uso frequente de expressões populares e gírias. Uma das edições que exemplifica bem essa questão é a do dia 20 de maio, em que foram usadas palavras como “arretado” e “rasta-pé” para comentar matéria sobre aulas de forró e também para chamar a música de encerramento.

Na data, as apresentadoras Márcia Moreira e Daniela Souza fizeram brincadeiras entre elas, também com o técnico de som, com os entrevistados e com os ouvintes. Por exemplo, ao anunciar o assunto do *Especial das Seis*¹⁹ do dia, a âncora afirmou: “no programa de hoje vai estar tudo *light*, todo gostoso, com música gostosa pra você ficar ouvindo”.

Outras frases que se destacaram nas audições foram:

- “É isso aí pessoal, o *Multi* está acabando, mas amanhã a gente está de volta.”
- “Quando acaba esse quadro, vocês não tem noção da cara nossa” (com fala direcionada aos ouvintes em referência ao quadro de gastronomia).
- “Não sei se estou viajando muito, mas tem a ver com essa nossa concepção.”
- “Sua pegada é mais soul, mais funk? Como você define?”

Usando esse modo de falar leve e aberto, as apresentadoras buscam deixar o convidado mais a vontade, além de tentar se aproximar do ouvinte. Em muitos casos, percebe-

¹⁹ O *Especial das Seis* é um programa musical transmitido de segunda a sexta-feira, às 18h, na Educadora FM. O *Multicultura* faz, em todas as edições, uma chamada ao outro programa: os apresentadores fazem a abertura com música e nota referente ao destaque do *Especial das Seis* do dia.

se que de fato o entrevistado está bastante a vontade e até entra na brincadeira, como aconteceu no programa de 22 de maio, que contou com a participação do sambista baiano Água Fresca. Em determinado momento, o entrevistado interage diretamente com o ouvinte o chamando para participar: “Você que está aí no engarrafamento pode sambar”.

3.5 Recursos sonoros

Estação Cultura

Os recursos sonoros são usados com pouca frequência ao longo da programação. As vinhetas geralmente aparecem nos quadros fixos. “Notícias do mundo da cultura” e o momento de previsão do tempo possuem, inclusive, trilhas específicas. O mais comum é manter as músicas que são tocadas no programa como plano de fundo das entrevistas.

A programação musical está presente em praticamente metade do tempo do programa. Normalmente se intercala um tipo de conteúdo informativo com uma canção. Esta, sempre que possível, tem alguma ligação com o que está sendo apresentado naquele dia ou com uma data comemorativa específica.

Multicultura

Nesse quesito o *Multicultura* se coloca a frente. Talvez por não ter expressiva programação musical, o programa acaba sentindo a necessidade de pensar mais na sonoridade, que aparece em quase toda a produção. Muitas vezes, a trilha sonora serve como *background* para entrevistas e até matérias.

Na maioria das edições analisadas, as canções entraram apenas em momentos específicos – para ilustrar uma entrevista, também quando convidados tocaram ao vivo no estúdio. Na chamada para o Especial das Seis, realizada no primeiro momento de todos os programas ouvidos, a música sempre aparece.

CAPÍTULO 4

Os personagens falam: entrevistas

Como explicado no capítulo 2, a metodologia escolhida para a execução do trabalho foi híbrida. Além da análise temática, foram realizadas entrevistas semiestruturadas por telefone com Márcia Moreira, do *Multicultura*, além de Alvaro Grohmann e Gerson Pont, ambos do *Estação Cultura* (veja quadro a baixo). Com isso, buscou-se complementar a análise e o conhecimento sobre a produção do jornalismo cultural nestas emissoras, especialmente no que tange as condições de produção, os bastidores e a visão de quem os produz. As informações coletadas com essas entrevistas estão dispostas a seguir.

Tabela 11 – Entrevistados

Nome	Sobre
Márcia Moreira (<i>Multicultura</i>)	Atualmente apresentadora e editora do <i>Multicultura</i> , Márcia é jornalista formada pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Entrou na Educadora FM em julho de 2006 como gerente de jornalismo e, cinco meses depois, fundou o <i>Multicultura</i> . Entre 2011 e 2013, assumiu cargos nas assessorias de comunicação da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia e no Ministério da Cultura e, ainda em 2013, retornou à gerência da emissora. Este ano, lançou seu primeiro livro chamado <i>As muitas mulheres em mim</i> (Selo Cartas Bahianas, editora P55).
Álvaro Grohmann (<i>Estação Cultura</i>)	Formado em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Grohmann foi um dos fundadores da FM Cultura, em 1989. Ele começou no <i>Estação Cultura</i> como repórter, já no início da emissora, e assumiu a produção em 1999, cargo que ocupa até hoje.
Gerson Pont (<i>Estação Cultura</i>)	O apresentador do <i>Estação Cultura</i> , Gerson Pont, é também jornalista formado pela UFRGS. Ele integra a equipe da FM Cultura há três anos e o <i>Estação</i> há cerca de um ano. Por muito tempo, foi coordenador da Rede Atlântida, rádio que faz parte do Grupo RBS, com perfil jovem e índices elevados de audiência.

4.1 Estrutura de produção

As equipes dos dois programas tem características distintas. Nesse aspecto, o *Multicultura* dispõe de maior estrutura, com mais apresentadores, produtores, repórteres e colunistas à disposição. O *Estação Cultura*, por sua vez, tem equipe reduzida, fixa e menos maleável, ainda que eventualmente tenha a colaboração dos repórteres da emissora. Ambos os programas contam com colaboração considerável de estagiários, o que já reflete as baixas condições de produção e tem como consequência a queda na qualidade da programação.

O conhecimento que os produtores têm a respeito da “mão de obra” de que dispõem, e consequentemente dos limites de produção, é muito importante para estabelecer uma estrutura de programação bem aproveitada, efetiva, que consiga extrair o máximo possível das pautas.

Estação Cultura

O programa tem uma equipe fixa formada pelo produtor Alvaro Grohmann, pelo apresentador Gerson Pont e por uma estagiária que, atualmente, é a Renata Pias, além da colunista de cinema Jaqueline Chala. Também há a colaboração de outros jornalistas da emissora em eventuais matérias. Por ser o principal responsável pela produção e estar na rádio desde o início, Grohmann possui uma visão mais ampla e geral sobre o programa.

Ele explica que a alta rotatividade da equipe, causada pelas trocas de governo, acaba interferindo no tom geral da produção. O jornalista avalia, por exemplo, que no último ano, quando Gerson Pont assumiu a apresentação, o programa teve um ganho – deixou de ser engessado e passou a ser mais ancorado, mais leve.

Pont mostra ter esse compromisso de dar mais dinamicidade. Ele faz interferências ao longo da programação, questiona os entrevistados, traz informações interessantes a respeito do conteúdo exposto, inclusive das músicas, faz comentários, enfim, participa mais ativamente da construção do programa. Essa diferença pôde ser comprovada no próprio período de análise, uma vez que, nas edições dos dias 28, 29 e 30 de maio, outro apresentador o substituiu e a ancoragem teve um tom mais frio.

Multicultura

Sobre a estrutura, Márcia Moreira explica que, desde o início do *Multicultura*, os comentaristas fazem parte da programação e têm a tarefa de fazer uma análise mais

aprofundada a respeito dos assuntos culturais. Isso foi instituído com o objetivo claro de que o programa “não virasse simplesmente uma grande agenda”.

Outra particularidade apontada é a presença de dois apresentadores. O programa começou, inclusive, com a ancoragem feita por duas mulheres – Márcia e Doris Pinheiro –, o que despertou certa insegurança, já que é mais comum ter uma voz masculina e uma feminina. Apesar disso, Márcia afirma que a receptividade foi muito grande.

Atualmente, algumas alterações estão sendo feitas com o intuito de dar mais dinamicidade ao programa. Márcia está como apresentadora fixa e três outros jornalistas se revezam na divisão da bancada, segundo escala: Daniela Souza entra nas segundas-feiras, Larissa Meira nas terças e quintas, e Leto Vieira nas quartas e sextas.

4.2 Conteúdo dos programas

Estação Cultura

Gerson Pont explica que, quando assumiu a apresentação do *Estação*, propôs uma programação cultural que não fosse “triste, rançosa, dura, aquela coisa que enche o saco (sic). Acho que é possível ter uma programação com qualidade sem ser burocrático, como normalmente são as rádios e TVs educativas”. Nesse quesito, ele destaca a importância de se aprender com as rádios comerciais, no sentido do cuidado com o produto final:

Acho que a gente consegue fazer algo que possa ter esses dois conceitos, quer dizer, oferecer um conteúdo que as emissoras comerciais não oferecem, mas com uma embalagem de emissora comercial, ter um cuidado com a embalagem maior do que normalmente se tem em rádio educativa. Embalagem leia-se a forma de falar, a vinhetagem, a rapidez para falar, a forma de entrevistar o tipo de música que vai tocar, a velocidade com que se falam as coisas, não deixar a música acabar totalmente para falar, não ter aquele silêncio na fala, provocar o entrevistado, não fazer só pergunta convencional; são alguns macetes que a gente usa da rádio comercial sem se tornar uma rádio comercial.

Alvaro Grohmann afirma que o foco do *Estação Cultura* é mostrar a produção local e estadual, mas também destacar informações interessantes dos âmbitos nacional e até internacional – o quadro *Notícias do mundo da cultura* faz basicamente isso. Segundo o produtor, o programa evita fazer críticas, quer mostrar, de uma forma didática, o que os artistas estão fazendo e têm a dizer. Além disso, a proposta é não apenas noticiar, mas também trazer informações que estão por detrás das produções. “A gente tenta trazer algo a mais, de repente falar do processo de criação, das parcerias, de como o artista vê a cena cultural”, afirma.

A intenção do programa é abrir espaço para todos, ser como uma vitrine do artista mais famoso até o que está começando e tem mostrado um bom trabalho. Ainda assim, Grohmann ressalta que é preciso ter alguns critérios para a escolha, já que eles recebem uma quantidade grande de sugestões de pautas. Tais questões podem ser: optar por falar sobre um artista que representa mais a categoria da qual faz parte ou que mostra estar fazendo um trabalho mais sério.

Sobre a programação musical que costuma tomar metade do tempo do programa, Gerson Pont explica que música, para eles, além de dar dinamicidade, também é conteúdo. Sempre que possível, tentam trabalhar com datas especiais, explicar a história das canções e fazer links com os temas apresentados.

A música é erroneamente considerada, às vezes, como algo que não tem conteúdo. Tem desde que se contextualize, desde que se explique. O tipo de música que a gente toca não é solto, está sempre ligada a alguma coisa. Ela sempre abrilhanta uma entrevista, puxa um assunto da agenda ou tem alguma coisa a ver com a data. E também é uma forma de segurar a audiência. Eu não imagino um programa de fim de tarde com uma hora de conversa, isso não existe. Por mais que eu faça um baita de um programa, com ótima ancoragem, não tem como, eu preciso quebrar com a música – mas que não vem à toa, vem em cima de um contexto.

Pont avalia que o *Estação Cultura* é uma opção interessante para os ouvintes e justifica: “Imagino muito essa hora no trânsito, aquele cara que está no rush do fim da tarde. Não posso ser demorado, não posso ser chato, eu tenho que estar ali motivando-o com entrevistas curtas, interessantes, sempre perguntando bastante, interagindo com o entrevistado”. Essa fala mostra a preocupação do apresentador em atender e agradar a sua audiência.

Multicultura

Como descrito no capítulo anterior, o *Multicultura* possui a característica de trazer informações das áreas tradicionais da cultura, também dos novos assuntos que foram agregados a esse universo e, ainda, de temas variados que interferem no dia a dia da sociedade. Márcia justifica que a inclusão desses temas diversos está relacionada com o entendimento do significado de jornalismo cultural.

Ao citar o exemplo da Copa do Mundo como evento que interferiu em toda a cidade e na vida das pessoas, ela destaca que o episódio vai além de um simples evento esportivo. Durante esse período, além das matérias factuais sobre o reflexo do mundial na cidade, foi introduzida a coluna de esportes, conduzida pelo jornalista Gustavo Castelucci, que acabou se

tornando fixa. “Você se limita ao achar que cultura é só teatro, cinema etc. [...] Então é sempre procurar ter esse olhar também, não só o que é cultura no termo restrito da palavra, mas de uma forma muito mais ampla”, afirma a apresentadora.

Ainda que a jornalista tenha essa visão e entenda que o público está de acordo com as particularidades do *Multicultura* enquanto programa de jornalismo cultural, não é possível comprovar a aceitação dos ouvintes, uma vez que não há pesquisa de perfil nem de satisfação, como será abordado no tópico a seguir.

Voltando ao exemplo do quadro esportivo, Márcia afirma que o que levou à permanência da coluna foi a boa receptividade dos ouvintes. Entretanto, nada garante que as manifestações positivas tenham partido de pessoas que já acompanhavam a produção pela programação cultural. É possível que ouvintes tenham se agregado à audiência a partir dessas alterações, mas, ao mesmo tempo, outros muitos podem ter deixado de escutar o programa periodicamente por não se interessarem por tal assunto.

Em se tratando do espaço dado a entrevistas, Márcia afirma que “sempre foram pensadas de uma maneira diferenciada, com essa pegada (sic) informal de conversa mesmo, mas sempre com conteúdo”. A ideia é que a cultura seja tratada de uma forma interessante, sem ser elitista. Ela justifica que, com esse intuito, o formato das entrevistas é mais longo, variando entre oito e dez minutos, mas com a possibilidade de se ampliar a depender do convidado.

A produção recebe um número grande de solicitações para entrevistas ao vivo no estúdio, mas a prioridade, inclusive para as pautas em geral, é para o que está acontecendo na cidade. Márcia explica que prevalece o cuidado em tratar da cultura de maneira ampla e com profundidade, portanto, sempre que uma pessoa que tenha ideias interessantes esteja em Salvador – um produtor ou pesquisador, por exemplo – é feito o convite para a entrevista. Ela ressalta que a equipe entende esse momento como o “filé mignon (sic)” do programa, portanto, a pauta tem de ser muito interessante.

Um dos pontos mais reforçados por Márcia é a importância de se ter “jogo de cintura”, ou seja, ainda que exista uma estrutura fixa, com comentaristas em dias específicos, é preciso estar aberto para alterá-la se necessário. Isso pode acontecer, por exemplo, quando um convidado vai tratar de um assunto diferente e tem muito o que falar e agregar ao programa ou quando se avalia que é interessante realizar a cobertura ao vivo de algum evento.

Para ilustrar essa questão, Márcia lembrou de uma edição que teve a presença do multi-instrumentista Hermeto Pascoal. Ele estava em Salvador para um show e aceitou conceder entrevista ao vivo no estúdio. Por se tratar de um personagem importante na história da música brasileira, com grande experiência e que desenvolve um trabalho diferente, a participação dele acabou tendo um espaço maior que o normal e ocupou mais da metade do programa.

Márcia acredita que o *Multicultura* tem construído uma trajetória interessante. “Desde o início, o programa mostrou que havia espaço no mercado, uma demanda para falar de cultura dessa forma.” Ela defende a necessidade de que a programação seja sempre reinventada com o intuito de melhorar a qualidade e de atender mais aos interesses do público. Sobre a programação musical, por exemplo, está sendo feita agora uma tentativa de acrescentar mais músicas para dar maior leveza, mas, como explica a jornalista, sempre com o cuidado de não deixá-la soltas, inserindo-as para complementar ou ilustrar as pautas.

4.3 Público e interatividade

Um dos grandes problemas do sistema de radiodifusão público brasileiro atualmente é que o público, normalmente, é relevado. Em geral, as emissoras não dão importância para estudos de audiência e para a necessidade de pensar uma programação que atenda aos interesses dos ouvintes. Por isso a importância de entender como a equipe dos programas analisados percebe essa questão.

Estação Cultura

A FM Cultura possui uma pesquisa antiga que mostra um panorama do público, mas atualmente a rádio opta por não pagar para ter acesso a esse conteúdo. Com base nisso e nas respostas que recebe eventualmente de ouvintes e de artistas, Álvaro Grohmann entende que a audiência do *Estação Cultura* é qualificada, das classes A, B e C, com idade entre 30 e 50 anos, mas também ressalta que existe o interesse de um público mais jovem, antenado em questões culturais. Além disso, ele assegura que a comunidade artística local é quem ouve, participa e apoia.

Portanto, a produção vê a importância de tratar os temas com mais profundidade, mas ao mesmo tempo de forma didática para quem “está chegando”. De todos os modos, Grohmann afirma que, como emissora pública, essa não é a maior preocupação, “a

preocupação é com qualidade, não com quantidade”, a intenção dele é conscientizar o público a respeito da cultura brasileira.

Em se tratando de redes sociais, o *Estação Cultura* usa a página da emissora no Facebook (<https://www.facebook.com/fmcultura107.7>) e o perfil no Twitter (https://twitter.com/FM_Cultura). Em geral, divulgam-se as atrações que serão apresentadas. Grohmann lamenta que, apesar desse estímulo e também do e-mail – o anúncio dos contatos é feito diariamente durante o programa – não há tanta resposta do ouvinte.

O produtor retoma a questão das trocas de governo como principal ponto de interferência na qualidade da produção e explica que foi na atual gestão que se voltou mais o olhar para o Facebook. “Talvez no futuro vamos ter muitas notícias de cultura na rede, não só as atrações e talvez o pessoal comece a interagir. Isso é uma coisa que está se construindo nos últimos quatro anos. Pra nós o mundo digital está começando, digamos assim.”

Multicultura

Apesar de a Educadora FM não possuir uma pesquisa sobre a audiência, existe uma percepção dos próprios jornalistas de que o *Multicultura* é bastante abrangente – chega tanto a regiões de classe média alta, quanto à periferia. Essa observação se dá pela interação com os ouvintes por meio de sorteios. Sempre que uma pessoa liga para se cadastrar, é praxe perguntar em qual bairro ela vive, a fim de fazer um mapeamento, ainda que superficial, do perfil financeiro. Também se sabe que a própria comunidade artística acompanha e reconhece a importância do espaço que o *Multicultura* dá para promoção cultural.

É importante ressaltar que, apesar da carência de informações, existe um esforço da produção para tentar conhecer um pouco mais sobre público e de se aproximar ao máximo dele. As atitudes engenhosas apontadas por Márcia, por exemplo, mostram a tentativa de diminuir a lacuna causada pela escassez de recursos (não fica claro se são financeiros ou resultado de baixa prioridade dada pela gestão da emissora). Mas é fundamental que a equipe esteja atenta ao risco de tomar decisões com base nos ouvintes que interagem mais por meio das redes sociais, por exemplo, que não necessariamente são os mesmos que ouvem o programa diariamente.

O *Multicultura* está presente ativamente nas redes sociais com página própria no Facebook (<https://www.facebook.com/multicultura.educadora>). Por meio dela, a equipe busca interagir e estimular o espectador com a postagem de fotos dos bastidores e a divulgação do

que será destaque no programa. Além disso, em algumas edições são feitas perguntas relacionadas à programação e a leitura das respostas dadas pela página é feita ao vivo.

Apesar dos resultados positivos, Marcia acredita que é preciso incrementar a gestão da rede, que teve uma queda na frequência de postagens durante o período eleitoral. Houve uma época em que a interação era bem maior com perguntas feitas diariamente. Mas, como não existe uma pessoa responsável, essa ação acaba não tendo prioridade.

4.4 Desafios

Às duas equipes foi perguntado quais eram os principais desafios para a produção do programa especificamente e também do radiojornalismo cultural nas emissoras públicas.

Estação Cultura

Para a produção do *Estação Cultura*, o desafio da produção do programa está em superar a descontinuidade gerada com as trocas de governo e, conseqüentemente, de equipe e também as oscilações de orçamento. Isso depende do interesse político em promover mais ou menos investimentos na emissora e afeta diretamente a capacidade de cobrir, por exemplo, eventos externos que enriquecem a programação.

Sobre os principais desafios do radiojornalismo cultural nas emissoras públicas, em termos gerais, Alvaro Grohmann volta a ressaltar a carência de recursos e a dependência dos governos. Em relação a isso, ele aponta que o ideal seria que as produções tivessem maior independência financeira, alternativa que poderia ser encontrada, por exemplo, com a venda de espaço para propagandas. Assim, o dinheiro seria revertido a eles e não seria “só um apoio cultural que às vezes vai para um caixa único do governo”. Ele também destaca a falta de interesse do público jovem pelo que é produzido no Brasil e a importância de que as pessoas passem a conhecer, frequentar e valorizar a produção local e nacional.

Então, o desafio é esse: dar cada vez mais visibilidade ao jornalismo cultural, mas ter condições pra dar essa visibilidade. E trazer a população em todas as suas camadas, classes e gerações. Que as pessoas apoiem, compartilhem, compareçam aos eventos e deem força, vivam a cultura brasileira. De ver o samba, o maracatu, aqui a música do Rio Grande do Sul. Quer dizer, das pessoas viverem isso, não só ouvirem, só escutarem ou assistirem, mas também viverem mais de perto, interagirem mesmo com o que se está fazendo de cultura.

Já Gerson Pont, que trabalhava anteriormente em uma emissora comercial, critica a inércia do funcionalismo público e a falta de preocupação com a audiência:

O desafio é trabalhar mais, ser menos preguiçoso [...] É nisso que a rádio comercial te desafia: ela busca audiência, tem que se mexer, tem que se reinventar. O desafio de pensar porque eu não tenho que conquistar o público como a rádio comercial tem. Quem é que disse que não? Só porque eu sou uma rádio pública? Pelo contrário, quem me paga é o povo, quem paga são todos os cidadãos, eu preciso conquistá-los como uma rádio comercial.

Além disso, o jornalismo público, muitas vezes, repete as estruturas de um jornalismo privado sem as mesmas condições, acaba querendo fazer o mesmo tipo de rádio de uma rádio *news*, por exemplo, que tem lá 40 repórteres. Você tem 20 e quer fazer a mesma coisa; não pode fazer a mesma coisa. Acho que o desafio é esse: o que a gente pode aprender com as rádios comerciais.

O apresentador aponta que, muitas vezes, o jornalismo público tenta procurar o caminho fácil e simplesmente reproduzir o que é feito pelas emissoras privadas. Mas, como não possui as mesmas condições, acaba tendo um resultado muito negativo. Ele resume que o desafio está em aprender com as rádios comerciais. “Eu não quero fazer de uma rádio pública uma rádio comercial, só quero que ela aprenda com a comercial o que puder aprender, que é a busca incessante de atingir o seu público”, reforça.

Multicultura

Sobre o primeiro questionamento a respeito do desafio para a produção do programa, Márcia Moreira afirmou que, para ela, é “falar de cultura de forma interessante, sem ir para aquela do *cult*, cabeça, que ninguém entende, que fica ali para um grupo restrito de pessoas, e nem cair no escracho do popularzão (sic)”.

Em relação aos desafios gerais do setor, ela segue a linha de pensamento de Alvaro Grohmann sobre a importância de que as pessoas conheçam o que é produzido localmente. Márcia complementa que é dever do jornalista, e um desafio, tratar os temas culturais de uma forma interessante e conquistar o público.

O que eu percebo, por exemplo, aqui na Bahia – e eu acredito que aconteça em outras capitais fora do eixo Rio-São Paulo – é que as pessoas muitas vezes se queixam de não estar acontecendo nada na cidade e existe uma gama enorme de coisas acontecendo que as pessoas muitas vezes não se apercebem. Então eu acho que o desafio maior é levar isso para o público e mostrar que se vive numa cidade que pulsa cultura, que tem coisas interessantes, é só preciso ir lá e conhecer.

A jornalista e também os demais entrevistados enxergam os programas especializados em jornalismo cultural nas emissoras públicas como uma das poucas portas para a

comunidade artística local, em detrimento do que é aceito e divulgado pela grande mídia. Além disso, sabem da responsabilidade que têm por influenciar a cena cultural.

CONCLUSÃO

O estudo aqui compilado buscou entender a produção do jornalismo cultural nas rádios públicas brasileiras a partir da análise dos programas *Multicultura* e *Estação Cultura*. Os dados encontrados assinalam para a importância do papel dessas produções na promoção da cultura local e como espaço para o debate de ideais – que tenta encontrar um equilíbrio entre a liberdade gerada pela independência de pressões comerciais e a falta de recursos provenientes da falta de esforço político.

Em relação aos princípios estabelecidos pela Unesco para o fortalecimento da natureza pública das emissoras, observou-se uma atenção especial para com a universalidade e a diferenciação. Há a tentativa de dar espaço a todos os assuntos – que vão desde a divulgação de um espetáculo de comédia com formato de *stand-up*, por exemplo, até a discussão sobre as características sociológicas que precedem a construção de uma obra literária –, de maneira a despertar o interesse no ouvinte.

Em particular, percebe-se que as agendas culturais são elaboradas com o intuito de alcançar o maior número possível de pessoas, mostrando uma grande diversidade de tipos de eventos culturais. Ainda assim, as baixas condições de produção, especialmente no que tange a formação da equipe do programa, levam a entender que as pautas escolhidas provavelmente são aquelas “prontas”, enviadas por assessorias de imprensa ou aproveitadas das agendas de outros veículos. Existe pouco espaço para pesquisa e apuração aprofundada.

As duas equipes aqui apresentadas mostram compreender seu papel dentro do mercado radiofônico ao declararem a importância das emissoras públicas para a promoção do jornalismo de qualidade e para a abertura de espaços para artistas que normalmente não têm atenção comercial. Eles apontam buscar a diferenciação no fazer jornalístico, atentos à função das emissoras públicas – ainda que deixem a desejar no aspecto da audiência. A intenção de falar para todos acaba trazendo mais problemas, no sentido de não considerar as especificidades e os gostos do público.

Os recursos são poucos, mas há o interesse em inovar e buscar um crescimento constante na medida do possível. No caso do *Estação Cultura*, percebe-se que falta um pouco mais de apoio da direção da emissora e do governo. Já o *Multicultura* parece estar sim entre as prioridades da rádio, que apoia na realização de coberturas mais aprofundadas no envio de

equipes para eventos externos, por exemplo. É preciso aumentar os esforços para encontrar soluções criativas que atendam ao público.

Já as questões referentes à diversidade são vistas com ressalvas. O *Multicultura* busca sim trazer variedade de gêneros, com matérias, entrevistas, agenda cultural, chamada seguida de sonora, reportagens especiais e colunas diversas, mas o *Estação* possui um perfil mais engessado. O curioso é que o programa gaúcho segue menos à risca a estrutura pensada, mas também explora pouco os recursos de que dispõe.

A agenda cultural toma boa parte da programação do *Estação Cultura*, assim como as músicas. Aqui, as entrevistas são vistas mais como um suporte ou complemento ao restante da programação, do que como o destaque. O que, mais uma vez, mostra o programa baiano um passo a frente na atenção para com os princípios das emissoras públicas.

Como já abordado, percebe-se que as emissoras em questão ainda têm muito que evoluir no aspecto da independência. Elas se concretizam como espaço por onde circula a informação, mas se veem muito presas aos imperativos administrativos e financeiros dos governos. A qualidade da programação não pode estar condicionada à disponibilidade de verba provinda de recursos governamentais, é preciso agir com criatividade para manter padrões sempre elevados.

Um aspecto fundamental que as emissoras precisam superar é a relação com o público. O *Multicultura* está mais avançado nesse sentido, uma vez que existe o esforço em entender para quem se fala, mesmo sem dispor de recursos financeiros, e ainda que os resultados sejam bastante imprecisos. Além disso, a equipe busca manter canais efetivos com os ouvintes e tê-los como termômetro para realizar alterações.

Já o *Estação Cultura* precisa observar o público com mais cuidado e lembrar que não importa apenas ter uma programação entendida como interessante por quem a conduz, mas que também os ouvintes a vejam dessa forma. Nesse quesito é preciso dar mais voz ao público, sempre buscando a construção de um programa que gere conhecimento, mas que, antes, atinja efetivamente a audiência. A segmentação poderia ser uma aliada nesse cenário, no entanto acaba não observada pelas produções.

Sobre os temas abordados, percebeu-se que há espaço para os ditos “clássicos”, mas também para os novos assuntos, que aparecem cada vez mais e com diversas formas. Apesar de haver a tentativa de buscar uma programação mais aprofundada, os assuntos ainda são pautados pelas agendas culturais. Isso é natural por um ponto, mas acaba por priorizar

atividades que tenham produções mais frequentes, como música e teatro, em detrimento de artes plásticas, por exemplo.

A ampliação de assuntos é uma realidade e um reflexo da renovação do jornalismo cultural, que abre fronteiras e aborda temas que extrapolam as linguagens artísticas ou intelectuais. Como visto, o *Multicultura* dá mais espaço para os novos temas. Exemplo disso é a aparição de vários conteúdos que se encaixam em “manifestações religiosas”, situação que pode ser justificada pelo histórico da formação cultural da Bahia, que ilustra a máxima expressão do sincretismo religioso no Brasil. O tema tem grande peso, está presente no dia a dia do baiano de diversas formas, especialmente na capital Salvador. Portanto, acabou sendo inserido pelo programa local.

Essas novas temáticas agregadas pela especialização em cultura podem sim ser tratadas apresentando mais análise e novidades na informação, como ocorreu na entrevista feita por Márcia Moreira e Daniela Souza a Silvio Leite, presidente do Centro de Comércio do Café e da Associação dos Produtores de Café da Bahia, na edição de 28 de maio de 2014 do *Multicultura*. Várias faces do assunto “café”, que compõe o universo da gastronomia, foram tratadas: apresentou-se o café como cultura e modo de vida do brasileiro comum, mas trazendo a expertise de um especialista. Entre os assuntos abordados estavam consumo de café, tipos e dicas, além do destaque ao mercado local.

O jornalismo cultural nessas rádios também mostra que o resgate à reflexão – entendida pelos estudiosos da prática como uma das características que a tornam singular – é possível. Em geral, os jornalistas buscam mostrar nas entrevistas o que está por detrás da simples divulgação de uma notícia; eles abordam aspectos relacionados aos bastidores, retomam discussões que estão em pauta, apresentam referências etc.

Os apresentadores desses programas entendem que precisam gerar conhecimento ao público e, de certa forma, educá-lo. Para tanto, buscam falar sobre temas complexos de maneira inteligível, sem parecerem arrogantes ou burocráticos, e tentam trazer informações que aproximam as notícias do cotidiano do público.

Ao analisar esse aspecto, acabamos voltando à questão do relacionamento com a audiência: é importante que os produtores não sejam arrogantes ao ponto de considerarem que a informação de que dispõem seja completamente inovadora e interessante para todos os ouvintes. Também por isso é preciso conhecer para quem se fala, entender quais são os interesses e, por fim, ter em mãos a informação completa, estruturada, fruto de boa apuração.

Os jornalistas sabem que precisam despertar interesse e a maneira que encontraram de fazê-lo foi buscar falar de igual para igual com os entrevistados e com o público, como se estivessem conversando entre amigos. Quando é necessário interromper o convidado para explicar determinado termo ou referência, fazem-no sem problema algum para que o ouvinte não se desinteresse e, logo, retomam a linha de pensamento. A via encontrada para manter esse diálogo foi a linguagem informal, que deixa florescer, inclusive, os regionalismos da fala. Ambas as produções encontram um equilíbrio nesse sentido. Elas não seguem o mesmo modelo, mas dão atenção às particularidades do ambiente em que cada uma se insere.

Outro aspecto observado foi o uso de recursos sonoros, que são entendidos como conteúdo que agrega informações à programação. Tanto as trilhas quanto as músicas tocadas buscam um sentido – seja complementando uma entrevista ou ilustrando uma data comemorativa. Sobre esse aspecto, não se observa um equilíbrio no *Estação Cultura*, tampouco no *Multicultura*.

O programa gaúcho possui uma programação musical extensa, que representa praticamente metade dos programas e acaba tomando tempo que poderia ser dedicado ao conteúdo jornalístico. Por sua vez, a produção da Bahia usa o recurso com parcimônia e possui espaço para desafiar-se. Vale destacar que ambos têm plena consciência de que precisam manter as discussões sobre o uso da linguagem sonora sempre em voga e têm buscado realizar alterações a fim de encontrar um formato que encaixe melhor.

As duas equipes afirmam que os programas estão no caminho certo, tratam de temas interessantes de forma interessante, mas que ainda há muito a melhorar, especialmente em relação à atenção ao público. Elas entendem que têm um compromisso com as várias manifestações artísticas e com a contribuição para o debate acerca da cultura.

Considerando o universo das rádios públicas brasileiras, especialmente a falta de recursos e de condições de produção, percebe-se que não há um modelo de jornalismo cultural que tenha sido tão efetivo para que as produções possam buscar inspiração. Além disso, as controvérsias existentes em relação ao significado do termo “cultura” ainda se apresentam como um desafio que precisa ser entendido e superado pelos próprios produtores.

Portanto, cada emissora deve procurar uma alternativa de formato que se encaixe na sua realidade. Um bom caminho é agir com criatividade, ter foco especialmente na atenção para com o público e buscar alcançar os princípios, estabelecidos pela Unesco e por outras instituições que estudam a comunicação pública, para o fortalecimento da natureza pública

dessas emissoras. É também importante estar atento à convergência de mídias e utilizar dessa nova realidade a fim de ampliar as possibilidades da comunicação e gerar mais engajamento do público.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANCHIETA, Isabelle. *Jornalismo cultural: por uma formação que produza o encontro da clareza do jornalismo com a densidade e complexidade da cultura*. In: AZZOLINO, Adriana Pessate (org.). 7 propostas para o jornalismo cultural. São Paulo: Miró Editorial, 2009.

_____. *A notícia como forma de conhecimento segundo Robert Park*. BOCC. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2007. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-isabelle-noticia-como-forma-conhecimento.pdf>> Acesso em: 25 dez. 2014.

ARARIPE Júnior. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2014. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa4416/araripe-junior>>. Acesso em: 01 de Nov. 2014. Verbetes da Enciclopédia.

AZZOLINO, Adriana Pessate (org.). *Sete propostas para o jornalismo cultural*. São Paulo: Miró Editorial, 2009

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 1977.

BUCCI, Eugênio; CHIARETTI, Marco; FIORINI, Ana Maria. *Indicadores de Qualidade nas Emissoras Públicas – Uma Avaliação Contemporânea*. Unesco, 2012. (Debates CI, nº 10).

CAVALCANTE, Maria Nathalia; WITIUK, Luiz. *O rádio e o cinema como vínculos culturais em solo paranaense*. Trabalho apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1117-1.pdf>>. Acesso em: 07 Dez. 2014.

DINES, Alberto. *Acabou a era do rodapé cultural*. Observatório da Imprensa, 2005. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/acabou_a_era_do_rodape_cultural>. Acesso em: 25 dez. 14.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2008.

JORGE, Thaís de Mendonça. *Manual do Foca: guia de sobrevivência para jornalistas*. São Paulo: Contexto, 2008.

La Radio y Televisión Pública – ¿Por Qué? ¿Cómo?. Unesco, 2001. (Publicação do Conselho Mundial de Rádio e Televisão).

LINDOSO, Felipe (ed.). *Rumos [do] Jornalismo Cultural*. São Paulo: Summus Editorial, 2007.

MEDITSCH, Eduardo. *O jornalismo é uma forma de conhecimento?*. BOCC. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 1997. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.html>>. Acesso em: 25 dez. 2014.

Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina. Disponível em: <<http://www.observatorioradiodifusao.net.br>>. Acesso em: 11 jul. 2013.

PASTORIZA, Francisco Rodríguez. *Periodismo Cultural*. Madrid: Editorial Síntesis, 2006.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. *A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa*. 4 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. 4 ed. São Paulo: Contexto, 2011.

SZANTÓ, András. *Um Quadro Ambíguo*. In: LINDOSO, Felipe (ed.). *Rumos [do] Jornalismo Cultural*. São Paulos: Summus Editorial, 2007.

VILAR, Mario Prades. *Algunos aspectos del periodismo cultural ante el desafío de internet*. 2011. Disponível em: <<http://marioprades.files.wordpress.com/2011/09/prades-vilar-mario-el-periodismo-cultural-ante-el-desafc3ado-de-internet.pdf>>. Acesso em: 25 dez. 2014.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 10 ed. Lisboa: Editorial Presença, 2009.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. *A História do Rádio Público no Brasil: um resgate pela linha do tempo*. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Levantamento de programas com temática cultural

Nome da rádio	Local	Nome dos programas
Rádio Inconfidência FM FM 100,9 MHz	Belo Horizonte/MG	Viamundo Almanaque Brasil Bazar Maravilha Bossamoderna Então, foi assim? Plugue Vozes do Brasil Favela é isso aí
Rádio Nacional FM Brasília FM 96,1 MHz	Brasília/DF	Momento Três Memória Musical Projeto Brasília Estúdio F Vozes do Brasil Então, foi assim?
Rádio Câmara FM 96,9 MHz	Brasília/DF	Aplauso Talentos Trilha das Artes
FM Cultura FM 107,7 MHz	Porto Alegre/RS	Cultura na Mesa Conversa de Botequim Estação Cultura Sessão Jazz Tons & Letras
Educadora FM BA FM 107,5 MHz	Salvador/BA	Multicultura Memória do Rádio Vozes do Brasil
Rádio Cultura Brasil AM 1200 KHz	São Paulo/SP	Estúdio F Galeria Cultura Livre RadarCultura Supertônica A voz popular
Rádio USP FM 93,7 MHz	São Paulo/SP	À Beira da Palavra Biblioteca Sonora Cinema Falado Olhar Brasileiro O Sul em Cima Rádio USP de Papo pro Ar Sala de Leitura Via Sampa

Rádio Cultura do Pará FM 93,7 MHz	Belém/PA	Balanço do Rock Canta Pará Conexão Cultura Feira do Som Clube do Samba Caleidoscópio Rototon Rádio Reggae
--	----------	---

APÊNDICE B

Emissoras e programas da amostra com base em recorte realizado em julho de 2013

Rádio	Nome do programa	Sinopse
Rádio Inconfidência FM 100,9 MHz	Viamundo	Revista diária de cultura com música brasileira de todos os ritmos e tendências. Tem correspondentes internacionais e comentaristas que avaliam a produção artística e os fenômenos culturais no Brasil e no mundo.
	Bazar Maravilha	Entrevistas com os mais expressivos artistas mineiros e brasileiros.
	Favela é isso aí	Programa que tem como objetivo proporcionar a construção da cidadania a partir do apoio e divulgação das ações de arte e cultura da periferia. Feito em parceria com a ONG Favela é isso aí.
Rádio Nacional FM Brasília 96,1 MHz	Memória Musical	A cada programa, uma personalidade ou artista de expressão fala das músicas brasileiras, latino-americanas e de países de língua portuguesa que marcaram sua vida.
	Projeto Brasília	Entrevistas e música dos artistas de Brasília.
	Ritmo da Notícia	Programa musical/noticioso com as principais informações do dia em Brasília, no Brasil e no Mundo, além da Agenda Cultural da cidade.
	Então, foi assim?	Entrevistas e narrações dos bastidores da criação de grandes sucessos da música brasileira.
Rádio Câmara FM 96,9 MHz	Aplauso	O programa mescla músicas e entrevistas com artistas que se destacam no cenário cultural brasileiro.
	Talentos	Uma janela na programação para artistas consagrados e novas revelações da Música Popular Brasileira.
	Trilha das Artes	O programa mistura música, informação e opinião, além de trazer entrevistas com grandes artistas brasileiros.
FM Cultura 107,7 MHz	Cultura na Mesa	Radiojornal com informação, jornalismo público, reportagens, entrevistas aprofundadas. Apresenta homenagem diárias a artista e quadros semanais sobre música, cinema, história.
	Estação Cultura	A produção cultural do Rio Grande do Sul em revista. Um programa de informação com agenda cultural, reportagens e entrevistas sobre cinema, teatro, música, literatura e artes em geral.
	Tons & Letras	Literatura, entrevistas e boa música instrumental. As principais informações do universo literário: autores, editores, tradutores, ilustradores, leitores.

Educadora FM BA 107,5 MHz	Multicultura	Uma revista cultural que discute o que de mais interessante acontecesse em Salvador. Com a presença de comentaristas e entrevistas ao vivo, traz reportagens e informações da agenda cultural da cidade.
	Memória do Rádio	Resga os principais programas, artistas, fatos, notícias e diversos acontecimentos que marcaram a história do rádio no Brasil.
	Outros Baianos	Programa feito para dar espaço a artistas que estão despontando no cenário musical da Bahia e não encontram espaço nas emissoras comerciais.
Rádio Cultura Brasil AM 1200 KHz	Galeria	Literatura, dança, teatro, cinema, artes plásticas, a palavra dos produtores musicais, as músicas favoritas dos artistas, tudo permeado com música brasileira e as principais notícias do dia.
	Cultura Livre	O programa recebe no estúdios novos artistas da música brasileira. Eles tocam suas músicas, falam sobre a carreira e respondem perguntas da audiência.
	RadarCultura	Além da seleção musical, sugerida pelos ouvintes, o programa realiza cobertura de eventos culturais, entrevistas ao vivo e debates com convidados.
	Supertônica	Projeto que busca expandir os horizontes de um programa de entrevistas, Supertônica trata do gosto e da formação de repertório com quadros de entrevistas inusitados.
Rádio USP FM 93,7 MHz	Cinema Falado	Boletim diário que oferece informações essenciais sobre o mundo do cinema. São comentadas e analisadas as principais estreias nas salas de cinema e os lançamentos mais importantes em DVD.
	Olhar Brasileiro	O programa tem a proposta de resgatar a produção de compositores e cantores que tornaram a música popular brasileira conhecida e admirada em todo o mundo.
	Via Sampa	Lançamentos, artes, espetáculos, cinema, teatro, dança, música, livros, dicas de passeios e o universo cultural infantil estão entre os assuntos do programa, que traz uma agenda completa com o melhor da programação cultural da cidade.

APÊNDICE C

Emissoras e programas da amostra com base em recorte realizado em maio de 2014

Emissora	Programa	Dia/ horário	Sinopse	Tipo/assunto
Centro-Oeste				
Rádio Câmara FM 96,9 MHz	Trilha das Artes	Semanal (sábado, de 19h a 19h30)	O programa mistura música, informação e opinião, além de trazer entrevistas com grandes artistas brasileiros.	Entrevista Diversos temas
Nordeste				
Educadora FM BA 107,5 MHz	Multicultura	Diário (segunda a sexta, de 12h a 13h)	Revista cultural que discute o que acontece de mais interessante em Salvador (BA). Com a presença de comentaristas e entrevistas ao vivo, traz reportagens e informações da agenda cultural da cidade.	Revista Diversos temas
Sudeste				
Rádio USP FM 93,7 MHz	Biblioteca Sonora	Semanal (sábado, de 16h a 17h)	Programa sobre livros e escritores com foco na produção universitária. São usadas algumas técnicas do radioteatro e muitos recursos sonoros para complementar a fala do entrevistado ou compor o contexto histórico.	Entrevista Literatura
Cultura Brasil AM 1200 KHz	Galeria	Diário (segunda a sexta, de 7h a 11h)	Literatura, dança, teatro, cinema, artes plásticas, a palavra dos produtores musicais, as músicas favoritas dos artistas, tudo permeado com música brasileira e as principais notícias do dia.	Revista Diversos temas
Sul				
FM Cultura RS 107,7 MHz	Tons & Letras	Semanal (sábado, de 11h a 12h)	Literatura, entrevistas e música instrumental. As principais informações do universo literário: autores, editores, tradutores, ilustradores, leitores.	Revista Literatura

APÊNDICE D

Roteiro da entrevista com Alvaro Grohman, produtor do *Estação Cultura*

- 1) Há quanto tempo está na rádio e no programa?
- 2) Desde quando o programa existe?
- 3) Como você define o *Estação Cultura*?
- 4) Falam mais dos eventos que acontecem em Porto Alegre?

Rotina/produção

- 5) Qual é a rotina do programa?
- 6) O Gerson acaba interferindo muito na programação?
- 7) A equipe trabalha exclusivamente para o *Estação Cultura* ou para outros programas também?

Produção de conteúdo

- 8) Vocês têm a preocupação em dar espaço para artistas locais, que são menos conhecidos?
- 9) Vocês recebem muitas pautas ou têm que procurar muito também?
- 10) Existe uma tentativa de homogeneizar a frequência de produção de diferentes tipos de conteúdo (entrevistas, notas, agenda), ou seja, existe uma preocupação em dar sempre mais ou menos o mesmo espaço para cada tipo ou é uma coisa mais livre?
- 11) Eu percebi que o programa tem muitos quadros de notas (“O que fazer em Porto Alegre”, “Informações do Mundo da Cultura”). Como vocês definem o que vai para cada lugar? Tem uma pessoa responsável pela produção de cada um dos quadros?
- 12) E como vocês dividem os conteúdos (afinal o “Cursos e eventos”, por exemplo, tem muitas coisas que poderiam entrar no “Que fazer em Porto Alegre”)?
- 13) No Sul tem o regionalismo muito forte, certo? Vocês se preocupam muito em propagar esse regionalismo ou costumam procurar mais outros artistas, por exemplo, de MPB?
- 14) Eu observei que vocês fazem muitas entrevistas por telefone. Vocês costumam chamar os artistas para irem ao estúdio?

Público

- 15) Você consegue definir quem é o público do programa?
- 16) Vocês tentam ter contato mais próximo com o público, estimulam que os ouvintes entrem em contato?
- 17) Vocês têm os índices de audiência?

Observações pessoais

- 18) Na sua avaliação, o programa está no caminho certo? O que pode melhorar?
- 19) Você já me falou sobre os desafios da produção do programa, mas, em termos de radiojornalismo cultural no Brasil, quais são os principais desafios?

APÊNDICE E

Roteiro da entrevista com Gerson Pont, apresentador do *Estação Cultura*

- 1) Há quanto tempo está na rádio e no programa?
- 2) E você já trabalhava antes com rádio?
- 3) Você consegue perceber uma evolução nesse tempo em que você está no *Estação Cultura*?

Produção de conteúdo

- 4) Você acha que o programa precisa de música?
- 5) Vocês contam com a colaboração de repórteres da emissora quando precisam de alguém para ir para a rua?
- 6) Do ponto de vista da atenção para o jornalismo cultural, você acha que a rádio pública te dá mais liberdade que a rádio comercial?

Público

- 7) Você acha que a rádio pública, em geral, te dá mais liberdade para tentar ter um contato mais com o público?

Observações pessoais

- 8) Na sua avaliação, o programa está no caminho certo? O que pode melhorar?
- 9) Para você, quais são os principais desafio do radiojornalismo cultural no Brasil?

APÊNDICE F

Roteiro da entrevista com Márcia Moreira, apresentadora, editora e idealizadora do *Multicultura*

- 1) Há quanto tempo está na rádio e no programa?
- 2) Você começou a pensar o programa ainda em 2006?
- 3) Como você resume o *Multicultura* hoje?
- 4) Desde o começo o *Multicultura* já tinha os comentaristas, mais ou menos no formato que está agora?

Rotina/produção

- 5) Gostaria que você me explicasse como é a rotina do programa. Você têm reuniões de pauta periódica?
- 6) E como é a estrutura da equipe?
- 7) Os produtores trabalham exclusivamente para o *Multicultura* ou também para outros programas?
- 8) Eu observei que existe uma variação de apresentadores. Como funciona? Existe uma equipe fixa?
- 9) Vocês fazem avaliações do programa entre vocês com frequência?

Produção de conteúdo

- 10) Vocês têm critérios bem definidos para as pautas ou a definição é um pouco intuitiva?
- 11) Vocês conseguem definir a agenda da semana com bastante antecedência, certo?
- 12) Você tem a percepção de que a postura de vocês tem que ser muito ativa em relação à procura por pautas ou vocês recebem mais coisas que procuram?
- 13) Como funciona a produção dessas outras pautas que falam sobre temas de segurança ou da Copa do Mundo etc? Esse material é produzido apenas para o *Multicultura* ou acaba entrando em outro jornal também?
- 14) A definição dessas pautas é feita com a equipe do *Multicultura*?
- 15) Por que vocês optaram por acrescentar matérias que extrapolar a cultura dentro de um programa que se define como jornalismo cultural?
- 16) Você acha que a música faz falta?

Público

- 17) Você sabe definir quem é o público do programa?
- 18) Como funciona a interatividade por Facebook? Como são definidas as perguntas que vão para lá?
- 19) Há uma pessoa específica que o gerencia?

Observações pessoais

- 20) Na sua avaliação, o programa está no caminho certo? O que pode melhorar?
- 21) Para você, quais são os principais desafios para a produção do programa?
- 22) E quais são, para você, os principais desafios para a produção do radiojornalismo cultural no Brasil?